

益阳职业技术学院

移动商务学生专业技能考核题库

试题库说明

依据移动商务专业学生技能考核标准制定，移动商务技能考核分专业基本技能、岗位核心技能二个部分。其中专业基本技能设置：网络客户服务与管理1个模块；岗位核心技能设置：移动商务视觉设计、移动商务运营2个模块。现试题库编写有：网络客户服务与管理试题25套，移动商务视觉设计试题25套，移动商务运营试题30套，试题总量为80套。

目录

模块一 网络客户服务与管理	1
1. 试题编号: J1-1, 售前客户服务与管理	1
2. 试题编号: J1-2 , 售前客户服务与管理	5
3. 试题编号: J1-3 , 售前客户服务与管理	8
4. 试题编号: J1-4 , 售前客户服务与管理	11
5. 试题编号: J1-5 , 售前客户服务与管理	14
6. 试题编号: J1-6 , 售前客户服务与管理	17
7. 试题编号: J1-7 , 售前客户服务与管理	20
8. 试题编号: J1-8 , 售前客户服务与管理	23
9. 试题编号: J1-9 , 售前客户服务与管理	26
10. 试题编号: J1-10 , 售前客户服务与管理	29
11. 试题编号: J1-11 , 售前客户服务与管理	32
12. 试题编号: J1-12, 售前客户服务与管理	35
13. 试题编号: J1-13, 售后客户服务与管理	38
14. 试题编号: J1-14, 售后客户服务与管理	41
15. 试题编号: J1-15, 售后客户服务与管理	44
16. 试题编号: J1-16, 售后客户服务与管理	47
17. 试题编号: J1-17, 售后客户服务与管理	50
18. 试题编号: J1-18, 售后客户服务与管理	53
19. 试题编号: J1-19, 售后客户服务与管理	56
20. 试题编号: J1-20, 售后客户服务与管理	59
21. 试题编号: J1-21, 售后客户服务与管理	62
22. 试题编号: J1-22, 售后客户服务与管理	65
23. 试题编号: J1-23, 售后客户服务与管理	68
24. 试题编号: J1-24, 售后客户服务与管理	71
25. 试题编号: J1-25, 售后客户服务与管理	74
模块二 移动商务视觉设计	77
1. 试题编号: H2-1, 移动商务视觉设计	77
2. 试题编号: H2-2, 移动商务视觉设计	79
3. 试题编号: H2-3, 移动商务视觉设计	81
4. 试题编号: H2-4, 移动商务视觉设计	83
5. 试题编号: H2-5, 移动商务视觉设计	85

6. 试题编号: H2-6, 移动商务视觉设计.....	87
7. 试题编号: H2-7, 移动商务视觉设计.....	89
8. 试题编号: H2-8, 移动商务视觉设计.....	91
9. 试题编号: H2-9, 移动商务视觉设计.....	93
10. 试题编号: H2-10, 移动商务视觉设计.....	95
11. 试题编号: H2-11, 移动商务视觉设计.....	97
12. 试题编号: H2-12, 移动商务视觉设计.....	99
13. 试题编号: H2-13, 移动商务视觉设计.....	101
14. 试题编号: H2-14, 移动商务视觉设计.....	103
15. 试题编号: H2-15, 移动商务视觉设计.....	105
16. 试题编号: H2-16, 移动商务视觉设计.....	107
17. 试题编号: H2-17, 移动商务视觉设计.....	109
18. 试题编号: H2-18, 移动商务视觉设计.....	111
19. 试题编号: H2-19, 移动商务视觉设计.....	113
20. 试题编号: H2-20, 移动商务视觉设计.....	115
21. 试题编号: H2-21, 移动商务视觉设计.....	117
22. 试题编号: H2-22, 移动商务视觉设计.....	119
23. 试题编号: H2-23, 移动商务视觉设计.....	121
24. 试题编号: H2-24, 移动商务视觉设计.....	123
25. 试题编号: H2-25, 移动商务视觉设计.....	125
模块三 移动商务运营.....	127
1. 试题编号: H3-1, 移动商务运营.....	127
2. 试题编号: H3-2, 移动商务运营.....	129
3. 试题编号: H3-3, 移动商务运营.....	131
4. 试题编号: H3-4, 移动商务运营.....	133
5. 试题编号: H3-5, 移动商务运营.....	135
6. 试题编号: H3-6, 移动商务运营.....	137
7. 试题编号: H3-7, 移动商务运营.....	139
8. 试题编号: H3-8, 移动商务运营.....	141
9. 试题编号: H3-9, 移动商务运营.....	143
10. 试题编号: H3-10, 移动商务运营.....	145
11. 试题编号: H3-11, 移动商务运营.....	147
12. 试题编号: H3-12, 移动商务运营.....	151

13. 试题编号: H3-13, 移动商务运营.....	155
14. 试题编号: H3-14, 移动商务运营.....	160
15. 试题编号: H3-15, 移动商务运营.....	164
16. 试题编号: H3-16, 移动商务运营.....	168
17. 试题编号: H3-17, 移动商务运营.....	172
18. 试题编号: H3-18, 移动商务运营.....	177
19. 试题编号: H3-19, 移动商务运营.....	182
20. 试题编号: H3-20, 移动商务运营.....	187
21. 试题编号: H3-21, 移动商务运营.....	192
22. 试题编号: H3-22, 移动商务运营.....	197
23. 试题编号: H3-23, 移动商务运营.....	202
24. 试题编号: H3-24, 移动商务运营.....	207
25. 试题编号: H3-25, 移动商务运营.....	212
26. 试题编号: H3-26, 移动商务运营.....	217
27. 试题编号: H3-27, 移动商务运营.....	222
28. 试题编号: H3-28, 移动商务运营.....	227
29. 试题编号: H3-29, 移动商务运营.....	232
30. 试题编号: H3-30, 移动商务运营.....	237

一、专业基本技能

模块一 网络客户服务与管理

1.试题编号：J1-1，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

麦德龙超市是德国最大、欧洲第二、世界第三的零售批发超市集团，在全球33个国家拥有超过2100家门店，拥有近10万名员工。公司 2010 年营业额达到了310 亿欧元。麦德龙超市 1995年进入中国，一直秉承着其独特的经营理念。

目前，麦德龙在中国的店铺一般都超过1万多平方米，加上建筑面积和与建筑面积基本等同的停车场面积，有的甚至达到3万~5万多平方米。与大型综合超市如家乐福与沃尔玛相比，麦德龙店对地点、面积的要求更严格，更难选到合适的店，所以自建超市成为麦德龙的一贯选择。

麦德龙的客户很“有限”，因为它只对工商领域的经营者、群体消费层实行仓储式会员制，会员必须是具有法人资格的企事业单位。只有申请加入并拥有“会员证”的顾客才能进场消费。值得注意的是，如果您带着小孩，也许您只能自己带着会员卡进超市消费了，因为麦德龙禁止1.2米以下的儿童进入卖场，理由很简单：作为一家大型仓储式商场，需要进行叉车作业，补充货品，而1.2米以下的儿童恰恰是在叉车驾驶员的视觉盲区。购物完成后，尽管你不愿意，但你的名字将不得不重复出现在你的每一张收银单上。“透明”收银单上面详尽地排列着消费者所购商品名称、单价、数量、金额、日期和顾客姓名等。其详细程度甚至连每包卫生纸的卷数都有说明，绝无丁点含糊。在欧洲，这种透明方式很受欢迎，可是在中国市场推行起来却有了问题。据说，截至 2003 年初，麦德龙为此事已经遭遇了金额高达上百万元的退货。

麦德龙内部根据客户规模和购买量将客户分“ABC”三类，其专门成立的“客户顾问组”，对客户消费结构进行分析，向客户提供专业咨询服务，帮助他们用最少的钱，配最合适的货，如：为小型装修队选配所需电动工具和手动工具提供的商品建议清单；为小型餐饮业准备的各种套餐餐具；为企事业单位准备的福利套餐商品建议目录等等。这种专业性的服务不仅帮助客户降低采购成本，还让麦德龙拥有了大批的稳定客户，并能及时掌握市场需求动态，提高商品管理的主动性和灵活性。

1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

根据背景材料的第2段到第5段，简单概括出麦德龙不同于其他竞争对手的4个服务特色

（200 字左右），将概括的各特色填入表 1。

表 1 客服前的准备

服务特色概述

2) 分析目标客户，进行客户开发，掌握客户沟通技巧

根据材料，麦德龙超市定位的是哪一类目标客户？如果你是售前营销人员，你会怎样来争取其成为麦德龙超市的会员。试着用文字表述出来。填入下表 2。

表 2 目标客户及售前沟通模拟

目标客户有哪些？
售前沟通模拟测试：（参照淘宝网店等售前客服沟通7步法）

3) 客户终生价值计算

假定一个客户在麦德龙的保留时间为10年，吸引、营销、维系一个客户的10年所用的成本是2000元。该客户每个星期去麦德龙交易一次，平均每次交易发生额5000元，平均每次交易麦德龙的人员、服务、铺面等成本是4300元，请计算该客户的终生价值，并简述客户终生价值的作用。填入表3

表 3 客户终生价值

计算客户的终生价值
简述客户终生价值的作用

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win7\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成。

(4) 评分标准

售前客户服务与管理评分卡(题 J1-1)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律 ；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。				
工作任务 (95 分)	客服前的准备	25 分	结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，符合字数要求，能很好地把服务特色与优势概括出来。	21-25 分			
			结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容基本上能反映出服务的特色。	15-20 分			
			文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，内容较能体现出服务的特色。	10-14 分			
			结构一般、文笔不是很通顺，符合字数要求，内容不能体现出服务的特色。	5-10 分			
			文不对题。	0-5 分			
	客户沟通技巧	35 分	目标客户明确，列举了三至五个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤（①招呼、②询问、③推荐、④议价、⑤核实、⑥道别、⑦跟进）阐述明确。	30-35 分			
			目标客户明确，列举了三至五个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	24-29 分			
			目标客户明确，列举了 1 至 2 个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	19-23 分			
			目标客户明确，列举了 1 至 2 个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了四点。	13-18 分			
			目标客户明确，列举了 1 至 2 个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了三点。	8-12 分			
			目标客户明确，列举了 1 至 2 个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了二点。	5-9 分			
			典型客户群不明确；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了一点。	0-4 分			
	客户价值计算	35 分	计算公式，价值大小计算正确，共 24分。				
			作用：是否深刻理解客户终生价值对企业的重要性，是否观点明确、表述清楚、分析深刻且结合背景资料、见解独到等。按 0/5/7/11 分评分。				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

2. 试题编号：J1-2，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

在存活率极低的网络公司中，携程已发展成为中国最大的在线旅游服务公司，并努力打造中国人自己的旅游帝国。近期，在南京、杭州、成都等机场推出全新的“携程度假体验中心”，摒弃了之前无门槛烂发会员卡的“硬销”品牌推广方式，发会员卡这种推广方式被各行各业烂用，发卡效果降下最低点，无法获得下游客户。而“携程度假体验中心”这种品牌推广新策略在这种市场情况下优势渐渐崭露。应正携程 CEO 范敏曾经说过的话：在线旅行服务行业发展到今天，回归管理和营销层面的竞争是个必然趋势。

“过去在销售柜台发卡一般只能预订机票、酒店，对度假产品几乎没有直接帮助，因为度假产品信息量大，从目的地信息、产品特点到出发日期，这些很难在电话预订时三言两语说清楚，现在客人可以在体验中心上网，海量度假信息一览无余，预订也非常方便这对携程度假业务的拉动非常大”。携程旅行网度假业务总监郭光说。

1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）登录携程旅行网 <http://www.ctrip.com/>

请用三句话（200个字左右）来描述此网站的特色与优势（建议从平台的模式分析、平台所能提供的服务、还有赢利模式进行分析），填入表 1

表 1 客服前的准备

服务特色与优势概述

2) 沟通客户需求（客户沟通技巧）

分析前来携程度假体验中心的目标客户有哪些？选取某一类客户进行模拟售前营销？试着用文字表述出来。填入下表 2

表 2 目标客户及售前沟通模拟

目标客户有哪些？
售前沟通模拟测试：（参照淘宝网店等售前客服沟通 7 步法）

3) 根据公司的特色与优势，有效进行邮件营销来进行网站推广，写出邮件的标题及内容（要求 300 字左右）。填入表 3

邮件标题：	
-------	--

邮件内容：	
-------	--

4) 客户价值计算

假定一个客户在携程旅游每个季度有交易记录1次，平均每次交易发生额1000元，以平均客户生命周期10年为基准来计算客户价值的大小（以交易额来计算）。如果该客户对携程旅游提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外10人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外10个人。假定所有听到其赞

价值类型 价值大小	客户基本价值/元	满意客户的新增价值/元	抱怨客户的价值损失/元
计算公式			
价值大小 (销售额)			
分析结论			

美的人的转换率为60%，抱怨的人的转换率为90%转化率，或增加了携程旅游的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入下表，并进行必要的分析。

表 3 客户价值计算

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win7\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

售前客户服务与管理评分卡(题 J1-2)

评价内容		配分	评分标准		得分1	得分2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律 ；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。				
工作任务 (95 分)	客服前的准备	20 分	结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，符合字数要求， 能很好地把网站特色与优势概括出来。	16-20 分			
			结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容基本上能反映出网站的特色与优势。	10-15 分			
			文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，内容较能体现出网站的特色与优势。	5-9 分			
			结构一般、文笔不是很通顺，符合字数要求，内容不能体现出网站的特色与优势。	3-4 分			
			文不对题。	0-2 分			
	客户沟通技巧	30 分	目标客户明确，列举了三至五个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤（①招呼、②询问、③推荐、④议价、⑤核实、⑥道别、⑦跟进）阐述明确	28-30 分			
			目标客户明确，列举了三至五个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	24-27 分			
			目标客户明确，列举了1至 2个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	20-23 分			
			目标客户明确，列举了 至 2个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了四点。	15-19 分			
			目标客户明确，列举了1至 2个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了三点。	10-14 分			
			目标客户明确，列举了1至 2个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了二点。	5-9 分			
			典型客户群不明确；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了一点。	0-4 分			
	邮件营销	20 分	结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，符合字数要求，能很好地把网站特色与优势概括出来。	16-20 分			
			结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容基本上能反映出网站的特色与优势。	10-15 分			
			文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，内容较能体现出网站的特色与优势。	5-9 分			
			结构一般、文笔不是很通顺，符合字数要求，内容不能体现出网站的特色与优势。	3-4 分			
			文不对题。	0-2 分			
	客户价值计算	25 分	计算公式及价值大小	计算公式，价值大小计算正确，每空3分，共18分			
			分析结论	分析结论：是否深刻理解优质客户服务对企业的重要性，是否观点明确、表述清楚、分析深刻、见解独到等按 0/3/5/7分评分			
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

3.试题编号：J1-3，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

请访问聚美优品(<http://www.jumei.com/>)和京东商城(<http://www.jd.com/>)。

1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

访问聚美优品(<http://www.jumei.com/>)和京东商城(<http://www.jd.com/>)，比较分析两个电子商务网站的特点和优势。(建议从电子商务类型、产品销售模式、物流方式、客户群体、盈利模式等方面来分析)(字数 200字左右)。填入表 1。

表 1 客服前的准备

两个电子商务网站的特点和优势比较	

2) 沟通客户需求（客户沟通技巧）

假如你是京东商城的一名客服，对于如下情况，你将如何处理？填写表 2

表 2 沟通客户需求

A. 打招呼	
顾客：在么？	
客服回复：	
应注意事项：	
B. 介绍商品	
顾客：你好，我看中了一款衣服，但是不知道尺码是否合适我。我的身高 160，体重 50KG，穿什么尺码的合适呢？	
客服回复：	
应注意事项：	
C. 价格辩论	
顾客：你们的产品怎么那么贵啊？	
客服回复：	
应注意事项：	
D. 质量质疑	
顾客：你们的产品质量怎么样？	
客服回复：	
应注意事项：	

3) 客户分类管理

下面是一组用户到网上供销社消费的基本数据，见表 3。请按照ABC 客户分类方法，（以 55%、85%左右为分割点，A 类客户大致 10%、B 类客户大致 20%、C 类客户大致 70%）将客户分成ABC 类。

表 3 网上供销社消费的基本数据表

客户姓名	年消费金额(单位：元)	占消费总额比
客户1	6000	6%
客户2	53000	53%
客户3	2000	2%
客户4	500	0.5%
客户5	700	0.7%
客户6	16000	16%
客户7	17000	17%
客户8	2500	2.5%
客户9	1300	1.3%
客户10	1000	1%

分析上表数据，完成下表4内容填写

表4客户分类管理

A类客户有：	
B类客户有	
C类客户有：	
通过对客户的分析，说说ABC客户分类管理的意义，以及如何针对上述结果对客户进行高效的管理：	

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win7\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

售前客户服务与管理评分卡(题 J1-3)

评价内容		配分	评分标准		得分1	得分2	平均分
职业素养（5分）		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律 ； 沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。				
工作任务（95分）	客服前的准备	20 分	结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，符合字数要求，能很好地把两个网站的服务特色与优势概括出来。	16-20 分			
			结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容基本上能反映出两个网站服务的特色对比。	10-15 分			
			文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，内容基本能体现出服务的特色，缺乏对比分析。	5-9 分			
			结构一般、文笔不是很通顺，符合字数要求，内容不能体现出两个网站服务的特色，缺乏对比分析。	3-4 分			
			文不对题	0-2 分			
	客户沟通技巧	40 分	打招呼8分 能给出合适满意的客服口语答案，并促成交易，语言简洁准确。				
			介绍商品8分 能给出较为合适的客服口语答案，能针对客户的提问合适的介绍店铺产品。语句流畅通顺。				
			价格辩论7分 能给出较为合适的客服口语答案，能针对不同情况能做出较为准确的分析，且在此基础上用较为准确的语言，且语句流畅、通顺。				
			质量质疑7分 能给出较为合适的客服口语答案，针对客户的质疑，能委婉地解决客户的质疑。语言较为通顺。				
	客户分类管理	35 分	客户分类完全正确 15分，客户分类错一个扣 1 分，直至 0 分。				
			客户分级管理的意义8 分高效的管理措施12 分，没有结合案例背景分析扣 4 分，其他按照回答的正确与否和合理性进行给分.				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

4.试题编号：J1-4，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

湖南省怡清源茶业有限公司(<http://www.yiqingyuan.com.cn/>)集茶叶科研、茶园基地建设、茶叶生产、加工、销售、茶文化传播于一体，是中国茶叶行业百强企业、中国茶叶知名企业。怡清源商标被评为中国驰名商标。“怡清源茶艺”被誉为“茶道潇湘第一家”。怡清源知名度、美誉度高，在整个湖南茶产业行业中占据着重要的位置。公司已建立了批发、代理、经销、联 营、出口、连锁专卖等立体营销网络。经营的产品主要有：益阳安化黑茶、绿茶、湖南特产茶、 礼品茶、高档绿茶、办公用茶等等。

1) 客服前的准备（熟悉企业产品特色及优势）

通过访问公司网站以及结合搜索引擎掌握茶业的相关知识，包括：茶叶的发展历史、存储方式、食用方法等知识。对该公司的茶叶产品进行特色及优势分析，（可以从价位、目标客户、营销模式等方面进行分析）。将内容填入表 1(字数不超过 200 字)。

表 1 客服前的准备

特色及优势分析

2) 沟通客户需求（客户沟通技巧）

假如你是怡清源的一名客服，对于如下情况，你将如何处理？

表 2 沟通客户需求

A. 促成交易	
顾客：亲，我想买大益的 7257 茶，你家有么？	
注：假如你销售的产品中没有这种茶，为促成一笔订单，你怎么回复	
客服回复：	
B. 介绍商品	
顾客：亲，普洱茶和黑茶有什么区别呢？我听说普洱茶能减肥，是么？	
注：假如你家没有普洱茶，只有黑茶，你将怎么对客户介绍你家的茶叶，并尽量促成交易呢	
客服回复：	
C. 商品推荐	
顾客：亲，能给我推荐几款性价比较好的， 适合女性喝的茶叶么？	
客服回复：	
D. 质量质疑	
顾客：亲，你推荐的这几款茶叶都没有人买过，也没有评价， 是不是不好啊？	
注：需要打消客户疑虑， 并促成交易	
客服回复：	

3) 客户价值分析

针对怡清源公司产品特点，依据市场三要素：人、购买力和购买欲望，分别按收入状况及年龄来对该公司的市场客户群进行划分。并分析两种划分形式下各类客户群的特点及其相应的产品营销策略，将内容填入表 3。

表 3 客户价值分析

分类方式	客户群	客户群特点	产品推介方式
按收入状况划分			
按年龄划分			
假如要对该公司的客户群进行拓展，你认为什么样的客户群将是本公司的发展对象，并加以说明分析？			

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win7\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

售前客户服务与管理评分卡(题 J1-4)

评价内容		配分	评分标准	得分1	得分2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律 ; 沟通模拟中的用语礼貌, 注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。			
工作任务 (95 分)	客 服 准 备 (26 分)	公司产品定位10分	公司产品定位结合产品的特性进行分析, 定位准确, 文笔通顺。			
		目标客户群体10分	目标客户群体至少三类以上, 且描述准确。			
		营销模式6分	营销模式准确, 进行适当说明。			
	客 户 沟 通 技 巧 (24 分)	促成交易6分	能给出合适满意的客服口语答案, 并促成交易, 语言简洁准确。			
		介绍商品6分	能给出较为合适的客服口语答案, 能针对客户的提问合适的介绍店铺产品。语句流畅通顺。			
		商品推荐6分	能给出较为合适的客服口语答案, 能针对不同情况能做出较为准确的分析, 且在此基础上用较为准确的语言, 且语句流畅、通顺。			
		质量质疑6分	能给出较为合适的客服口语答案, 针对客户的质疑, 能委婉地解决客户的质疑。语言较为通顺。			
	客 户 价 值 分 析 30分	客户群划分10分	能针对本公司产品准确划分各类客户群, 语句表达流畅通顺。			
		客户群分析10分	针对不同客户群给予合适的分析, 分析准确、客观, 表述清楚。			
		产品推介方式10分	产品推介方式针对客户群体的划分, 结合客户群体的特点, 表述清楚, 具有很强的可行性。			
	客 户 拓 展 15分	15分	针对潜在客户群, 策划客户拓展方案, 要求文笔通顺、方案具体、切实可行。			
合计		100 分				

试题评阅人签名_____

5. 试题编号：J1-5，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

湖南商康医药电子商务有限公司，是由世界500强企业-----中国工商银行和全洲集团核心团队共同打造的大型医药电子商务平台。商康医药网将面向全国提供网上采购、信息共享、减少中间环节、降低流通成本，为客户利益最大化提供一站式服务。并与工商银行合作隆重推出商康牡丹卡，为客户提供最长56天的免息药品采购流动周转资金，商康医药网目前是国内最大的垂直医药电子商务网，致力打造医药阿里巴巴。

1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

登录商康医药网：<http://www.3kw.com.cn/>

如客户想要你用三句话（不超过200个字）来描述公司的特色与优势，你计划从哪些方面来进行概括与总结？将内容填入表 1

表 1 客服前的准备

服务特色与优势概述

2) 沟通客户需求（客户沟通技巧）

确定商康医药网网站的目标客户有哪些？选取某一类客户进行模拟售前营销？试着用文字表述出来。填入下表 2。

表 2 目标客户及售前沟通模拟

目标客户有哪些？
售前沟通模拟测试：（参照淘宝网店等售前客服沟通 7 步法）

3) 根据公司的特色与优势，有效进行邮件营销来进行网站推广，写出邮件的标题及内容，（要求200字左右）。填入表 3

邮件标题：	
-------	--

邮件内容:	
-------	--

4) 据公司数据分析, 订单大多数来自于电话订购, 请分析一下网上订单率不高的原因及提出相应的解决方案。将内容填入表 4

原因分析:	
解决方案:	

(2) 实施条件

硬件: 计算机。

软件: win7\win10 操作系统, Office2010 版本以上, Acdsee 图片浏览器, HyperSnap6.0 截图工具软件。

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

售前客户服务与管理评分卡(题 J1-5)

评价内容		配分	评分标准		得分1	得分2	平均分	
职业素养(5 分)		5分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律 ；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。					
工作任务 (95 分)	客服前的准备	20 分	结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，符合字数要求，能很好地把网站特色与优势概括出来。	16-20 分				
			结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容基本上能反映出网站的特色与优势。	10-15 分				
			文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，内容较能体现出网站的特色与优势。	5-9 分				
			结构一般、文笔不是很通顺，符合字数要求，内容不能体现出网站的特色与优势。	3-4 分				
			文不对题。	0-2 分				
	客户沟通技巧	30 分	目标客户明确，列举了三至五个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤（①招呼、②询问、③推荐、④议价、⑤核实、⑥道别、⑦跟进）阐述明确 。	28-30 分				
			目标客户明确，列举了三至五个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	24-27 分				
			目标客户明确，列举了 1 至 2 个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	20-23 分				
			目标客户明确，列举了 1 至 2 个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了四点。	15-19 分				
			目标客户明确，列举了 1 至 2 个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了三点。	10-14 分				
			目标客户明确，列举了 1 至 2 个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了二点。	5-9 分				
			典型客户群不明确；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了一点。	0-4分				
	邮件营销	20 分	结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，符合字数要求，能很好地把网站特色与优势概括出来	16-20 分				
			结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容基本上能反映出网站的特色与优势。	10-15 分				
			文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，内容较能体现出网站的特色与优势。	5-9 分				
			结构一般、文笔不是很通顺，符合字数要求，内容不能体现出网站的特色与优势。	3-4 分				
			文不对题	0-2 分				
	数据分析	25 分	订单率不高的原因	找到四个主要原因且描述明确	10—12 分			
				找到四个主要原因	8—10 分			
				找到三个主要原因	6—8 分			
				找到二个主要原因	4—6 分			
				找到一个主要原因	2—4 分			
				没找到相关主要原因	0 分			
			提出解决方案	提出四个主要原因且描述明确	10—13 分			
				提出四个解决方案	8—10 分			
				提出三个解决方案	6—8 分			
				提出二个解决方案	4—6 分			
				提出一个解决方案	2—4 分			
				没有提出解决方案	0 分			
合计		100 分						

试题评阅人签名_____

6. 试题编号：J1-6，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

淘宝商城九阳旗舰店 (<http://joyoungtp.tmall.com/>) 是杭州九阳生活电器有限公司授权泰璞（上海）电子商务有限公司在淘宝网开设的九阳生活电器的B2C交易平台。

(1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

打开九阳旗舰店站点，请模拟售前客户服务人员，就九阳官方旗舰店九阳破壁免洗豆浆机家用全自动多功能新款预约榨料理豆浆机门店款https://detail.tmall.com/item.htm?spm=alzl0.1-b-s.w5003-22718716990.1.4a8b4da1Ck89A5&id=614119601242&scene=taobao_shop对目标客户区中不同类型的客户分别进行具有各自特点，满足不同需求的产品介绍（自行在单元格中添加横线，以便区分）。将模拟情况填入下表1。

表 1 客服前的准备

客户类型	产品介绍

2) 客户价值计算

假定一个客户在九阳官方旗舰店每星期有交易记录1次，平均每次交易发生额 400元，以平均客户生命周期 5 年为基准来计算客户价值的大小（以交易额来计算）。如果该客户对九阳官方旗舰店提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外10人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外10个人。假定所有听到其赞美的人的转换率为60%，抱怨的人的转换率为90%转化率，或增加了九阳官方旗舰店的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入下表，并进行必要的分析。

表 2 客户价值计算

价值类型 价值大小	客户基本价值/元	满意客户的新增价值/元	抱怨客户的价值损失/元
计算公式			
价值大小 (销售额)			
分析结论			

3) 客户分类管理

下面是一组用户到九阳官方旗舰店消费的基本数据，请按照 ABC客户分类方法，（以65%、85%左右为分割点）将客户分成ABC类。

客户姓名	年成交金额(单位：元)	占成交总额比
客户 1	750	7.5%
客户 2	1000	10%
客户 3	3500	35%
客户 4	250	2.5%
客户 5	100	1%
客户 6	60	0.6%
客户 7	2700	27%
客户 8	300	3%
客户 9	250	2.5%
客户 10	540	5.4%
客户 11	200	2%
客户 12	100	1%
客户 13	50	0.5%
客户 14	200	2%

分析上表数据，完成下表 3 内容填写。

表 3 客户分类管理

A 类客户有：	
B 类客户有	
C 类客户有：	
通过对客户的分析，说说 ABC 客户分类管理的意义，以及如何针对上述结果对客户进行高效的管理：	

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win7\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

售前客户服务与管理评分卡(题 J1-6)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律 ； 沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分				
工作任务 (95 分)	客户前的准备	30 分	目标客户明确，列举了三至五个典型客户群；对每类客户群能按照特点进行产品和卖点介绍，语言富有感染力，能对消费者购买欲望形成足够刺激。	24-30 分			
			目标客户明确，列举了三至五个典型客户群；对每类客户群基本能按照特点进行产品和卖点介绍，语言表达正确，层次感好。	21-24 分			
			目标客户明确，列举了 1 至 2 个典型客户群；对产品内容和特色介绍准确，不能很好的区别每一类客户群。	18-20 分			
			目标客户明确，列举了 1 至 2 个典型客户群；文字表达无误。	15-17 分			
			目标客户明确，列举了 1 至 2 个典型客户群；产品介绍文不对题。	0-14 分			
	客户价值计算	30分	计算公式，价值大小计算正确，每空 4 分，共 24 分				
			分析结论：是否深刻理解优质客户服务对企业的重要性，是否观点明确、表述清楚、分析深刻、见解独到等按 0/2/4/6 分评分				
	客户分类管理	35 分	客户分类完全正确 20 分，客户分类错一个扣 1 分，直至 0 分。				
			客户分级管理的意义 7 分，高效的管理措施 8 分，没有结合案例背景分析扣 4 分，其他按照回答的正确与否和合理性进行给分				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

7. 试题编号：J1-7，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

湖南临武舜华鸭业发展有限责任公司（<http://www.linwuya.cn/index.html>）是农业产业化国家重点龙头企业和全国农产品加工业示范企业。

公司始建于1999年，以打造百年品牌企业为目标，以“临武山水鸭天下”为使命，秉承“引导消费、创造顾客、服务农民、报效社会”的经营宗旨，“名在质量，利在创新”的经营理念。历经二十载的发展和沉淀，现已成长为集养殖、加工、商贸于一体的全产业链集团企业。

1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

打开该网站站点，了解其相关内容，将自己模拟为一名售前客服人员，请用200字以内的文字简明扼要并准确的介绍商城购物的流程，重点放在支付环节上。将内容填入表1。

表 1 客服前的准备

介绍商城购物的流程

2) 沟通客户需求（客户沟通技巧）

将自己模拟成一名售前客户服务人员，请对一名消费者关于舜华鸭产品

（<http://www.linwuya.cn/shyx1.htm>）的五个问题进行专业的有效回答。完成表 2 中内容。

表 2 沟通客户需求

Q: 请问该商品纯正吗?
A:
Q: 请问该产品有什么特色啊?
A:
Q: 请问如果收到的是过期产品或接近过期的产品怎么办?
A:
Q: 请问我没有网上银行，只有银行卡怎么办?
A:
Q: 请问你们的快递是什么，我这里只有汇通和圆通才到。
A:

3) 客户价值计算

假定一个客户在该网站每星期有交易记录3次，平均每次交易发生额100元，以平均 客户生命周期5年为基准来计算客户价值的大小（以交易额来计算）。如果该客户对该网站提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外10人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉 另外10个人。假定所有听到其赞美的人的转换率为60%，抱怨的人的转换率为50%转化率，或 增加了忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入下表3，并进行必要的分析。

表 3 客户价值计算与分析

价值类型 价值大小	客户基本价值/元	满意客户的新增价值/元	抱怨客户的价值损失/元
计算公式			
价值大小 (销售额)			
分析结论			

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win7\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

售前客户服务与管理评分卡(题 J1-7)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律 ； 沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。				
工作任务 (95 分)	客服前的准备	25分	购物流程描述准确，支付环节描述清晰。	21-25 分			
			购物流程描述较为准确，支付环节描述较为清晰。	16-20 分			
			购物流程描述基本准确，支付环节描述基本清晰。	11-16 分			
			购物流程描述不够准确，支付环节描述不够清晰。	6-10 分			
			文不对题。	0-5分			
	客户沟通技巧	35分	沟通顺畅，能针对客户的提问进行针对性的回答，能结合案例背景，回答具有较强的技巧性。	每条7分，共35分			
	客户价值计算	35分	计算公式，价值大小计算正确，共 24 分。				
分析结论：是否深刻理解客户终生价值对企业的重要性，是否观点明确、表述清楚、分析深刻且结合背景资料、见解独到等，按 0/5/7/11 分评分。							
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

8. 试题编号：J1-8，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

辣妹子食品股份有限公司 (<http://www.lameizi.com.cn/index.html>) 于1998年正式创立，公司总占地面积622亩，固定资产41000万元，职工1000多名，年销售额近10亿元，下辖3个全资工厂和1个销售公司，已发展成为集农副产品深加工、销售于一体的现代化食品企业。

辣妹子食品旗下现有两大品牌：辣妹子品牌聚焦辣椒产品，菓子美品牌聚焦果肉产品，如同两辆并驾齐驱的航母，引领着辣妹子驶向更为光辉灿烂的未来。辣妹子人格守品质、追求卓越，所生产的辣椒酱、桔片爽已成为行业代名词，深受广大消费者的欢迎。

测试任务：

1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

打开该网站站点，了解网站的相关内容，将自己模拟为一名售前客服人员，请用200字左右的文字简明扼要并准确的介绍商城的产品与服务特色。将内容填入表1中。

表 1 客服前的准备

介绍公司的产品与服务特色

2) 客户价值计算

假定一个客户在辣妹子公司每星期有交易记录1次，平均每次交易发生额300元，以平均客户生命周期4年为基准来计算客户价值的大小（以交易额来计算）。如果该客户对辣妹子公司提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外10人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外10个人。假定所有听到其赞美的人的转换率为60%，抱怨的人的转换率为90%转化率，或增加了辣妹子公司的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入下表3，并进行必要的分析

表 3 客户价值计算与分析

价值类型 价值大小	客户基本价值/元	满意客户的新增价值/元	抱怨客户的价值损失/元
计算公式			
价值大小 (销售额)			

分析结论	
------	--

3) 客户分类管理

下面是一组用户到辣妹子公司消费的基本数据，请按照 ABC 客户分类方法，（以 55%、85%左右为分割点，A 类客户大致 10%、B 类客户大致 20%、C 类客户大致 70%）将客户分成 ABC 类。

客户姓名	年消费金额(单位：元)	占消费总额比
客户 1	400	2.00%
客户 2	2000	10.00%
客户 3	1000	5.00%
客户 4	700	3.50%
客户 5	500	2.50%
客户 6	200	1.00%
客户 7	3800	19.00%
客户 8	10800	54.00%
客户 9	400	2.00%
客户 10	200	1.00%

分析上表数据，完成下表内容填写

A 类客户有：	
B 类客户有	
C 类客户有：	
通过对客户的分析，说说 ABC 客户分类管理的意义，以及如何针对上述结果对客户进行高效的管理：	

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win7/win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

售前客户服务与管理评分卡(题 J1-8)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律 ； 沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。				
工作任务 (95 分)	客服前的准备	20 分	结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，符合字数要求，能很好地把服务特色与优势概括出来。	16-20 分			
			结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容基本上能反映出服务的特色。	10-15 分			
			文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，内容较能体现出服务的特色。	5-9 分			
			结构一般、文笔不是很通顺，符合字数要求，内容不能体现出服务的特色。	3-4 分			
			文不对题。	0-2 分			
	客户价值计算	35 分	计算公式，价值大小计算正确，共 24 分。				
			分析结论：是否深刻理解客户终生价值对企业的重要性，是否观点明确、表述清楚、分析深刻且结合背景资料、见解独到等，按 0/3/5/7 分评分。				
	客户分类管理	40 分	客户分类完全正确24分，客户分类错一个扣1分，直至0分。				
			客户分级管理的意义 6 分，高效的管理措施 10 分，没有结合案例背景分析扣 4 分，其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

9. 试题编号：J1-9，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

长沙在线 (<http://www.cs.ccoo.cn/>) 是长沙在线运营中心运营，城市中国 (www.ccoo.cn) 提供技术支持的长沙综合门户网站。她既是本地公共信息服务平台，又是本地网民了解世界的入口。长沙在线开辟了丰富的频道和子频道，内容丰富多彩，为政府机关、企事业单位和人提供多种信息服务。

1) 企业网站特点分析与描述

请登录长沙在线 (<http://www.cs.ccoo.cn/>)，用三句话（200个字左右）来描述此网站的特色与优势，将内容填入表 1 中。

表 1 客服前的准备

产品与服务特色

2) 分析目标客户，进行客户开发，掌握客户沟通技巧

根据材料，长沙在线定位的是哪一类目标客户？如果你是长沙在线客服人员，你会怎样来争取商家成为长沙在线的会员。试着用文字表述出来。填入下表 2 中。

表 2 分析与沟通客户

目标客户有哪些？
售前沟通模拟测试：（参照淘宝网店等售前客服沟通 7 步法）

3) 客户分类管理

长沙在线想借助专业的 CRM 系统和数据分析处理系统来分析其客户的消费习惯和行为，以便更好的开发出更加有吸引力的用户服务套餐和增值服务产品。下面是一组用户到长沙在线消费的基本数据，请按照 ABC 客户分类方法，（以 55%、85% 左右为分割点，A 类客户大致 10%、B 类客户大致 20%、C 类客户大致 70%）将客户分成 ABC 类。

表 3 用户到长沙在线消费的基本数据表

客户姓名	年消费金额(单位：元)	占消费总额比
客户 1	10000	1.8%
客户 2	185000	31.1%
客户 3	10000	1.8%
客户 4	9000	1.5%
客户 5	40000	6.7%
客户 6	2000	0.3%
客户 7	5000	0.8%
客户 8	8500	1.4%
客户 9	4000	0.7%
客户 10	2000	0.3%
客户 11	3000	0.5%
客户 12	8000	1.3%
客户 13	125000	21%
客户 14	30000	5%
客户 15	55000	9.3%
客户 16	5000	0.8%
客户 17	65000	10.9%
客户 18	6000	1%
客户 19	12000	2%
客户 20	10000	1.8%

分析上表 4 数据，完成下表 5 内容填写

A 类客户有：	
B 类客户有	
C 类客户有：	
通过对客户的分析，说说 ABC 客户分类管理的意义，以及如何针对上述结果对客户进行高效的管理：	

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win7\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

售前客户服务与管理评分卡(题 J1-9)

评价内容		配分	评分标准		得分1	得分2	平均分
职业素养 (5 分)		5分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律 ； 沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。				
工作任务 (95 分)	客服前的准备	20分	结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，符合字数要求，能很好地把服务特色与优势概括出来。	16-20 分			
			结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容基本上能反映出服务的特色。	10-15 分			
			文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，内容较能体现出服务的特色。	5-9 分			
			结构一般、文笔不是很通顺，符合字数要求，内容不能体现出服务的特色。	3-4 分			
			文不对题。	0-2 分			
	客户沟通技巧	35分	目标客户明确，列举了三至五个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤（①招呼、②询问、③推荐、④议价、⑤核实、⑥道别、⑦跟进）阐述明确。	30-35 分			
			目标客户明确，列举了三至五个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	24-29 分			
			目标客户明确，列举了 1 至 2个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	18-23 分			
			目标客户明确，列举了 1 至 2个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了四点。	12-17 分			
			目标客户明确，列举了 1 至 2个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了三点。	6-11 分			
			目标客户明确，列举了 1 至 2个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了二点。	2-5 分			
			典型客户群不明确；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了一点。	0-2 分			
	客户分类管理	40分	客户分类完全正确 24 分，客户分类错一个扣 0.5 分，直至 0 分。				
			客户分级管理的意义 6 分，高效的管理措施 10 分，没有结合案例背景分析扣 4 分，其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

10. 试题编号：J1-10，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

唯品会（<http://www.vip.com/>），一家专门做特卖的网站，每天100个品牌授权特卖、确保正品、确保特价、限量抢购。区别于其他网购品牌，唯品会定位于“一家专门做特卖的网站”，每天上新品，以低至1折的深度折扣及充满乐趣的限时抢购模式，为消费者提供一站式优质购物体验。唯品会创立之初，即推崇精致优雅的生活理念，倡导时尚唯美的生活格调，主张有品味的生活态度，致力于提升中国乃至全球消费者的时尚品味。2009年唯品会成立，2012年3月23日，唯品会成功登陆美国纽交所。

1) 企业网站特点分析与描述

请登录唯品会网站（<http://www.vip.com/>），用三句话（200个字左右）来描述此网站的特色与优势。将内容填入表 1。

表 1 客服前的准备

此网站的特色与优势

2) 分析目标客户，进行客户开发，掌握客户沟通技巧

根据材料，唯品会定位的是哪一类目标客户？如果你是售前营销人员，你会怎样来争取客户购买唯品会的商品。试着用文字表述出来。填入下表 2。

表 2 分析与沟通客户

目标客户有哪些？
售前沟通模拟测试：（参照淘宝网店等售前客服沟通 7 步法）

3) 目标客户价值分析

客户是企业最重要、最核心、最有价值的无形资产。客户资源虽然是无形资产，但它也是可以用货币来计算的。假定一个客户在“唯品会”每月消费一次，平均每次消费 2000 元，以平均客户生命周期 30 年为基准来计算客户价值的大小（以销售额来计算）。如果该客户对“唯品会”提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外 10 人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外 20 个人。假定所有听到其赞美或抱怨的人均有 20%转化率，或增加了“唯品会”的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入下表 3，并进行必要的分析。

表 3 “唯品会”客户价值计算与动态分析

价值类型 价值大小	客户基本价值/元	满意客户的新增价值/元	抱怨客户的价值损失/元
计算公式			
价值大小 (销售额)			
分析结论			

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win7\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

售前客户服务与管理评分卡(题 J1-10)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律 ； 沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。				
工作任务 (95 分)	客服前的准备	20 分	结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，符合字数要求，能很好地把服务特色与优势概括出来。	16-20 分			
			结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容基本上能反映出服务的特色。	10-15 分			
			文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，内容较能体现出服务的特色。	5-9 分			
			结构一般、文笔不是很通顺，符合字数要求，内容不能体现出服务的特色。	3-4 分			
			文不对题。	0-2 分			
	客户沟通技巧	35 分	目标客户明确，列举了三至五个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤（①招呼、②询问、③推荐、④议价、⑤核实、⑥道别、⑦跟进）阐述明确。	30-35 分			
			目标客户明确，列举了三至五个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	24-29 分			
			目标客户明确，列举了 1 至 2个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	18-23 分			
			目标客户明确，列举了 1 至 2个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了四点。	12-17 分			
			目标客户明确，列举了 1 至 2个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了三点。	6-11 分			
			目标客户明确，列举了 1 至 2个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了二点。	2-5 分			
			典型客户群不明确；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了一点。	0-2 分			
	客户价值计算	40 分	计算公式，价值大小计算正确，共 30 分。				
			作用：是否深刻理解客户终生价值对企业的重要性，是否观点明确、表述清楚、分析深刻且结合背景资料、见解独到等，按 0/5/7/10 分评分。				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

11. 试题编号：J1-11，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

湖南插旗菜业有限公司（<http://www.chaigroup.com/>）是集蔬菜原料栽培、收购、腌制及蔬菜产品研发、加工、销售为一体的大型民营企业。公司地处国家地理标志认证产品——“华容芥菜”的产地湖南省华容县，周边地区蔬菜种植历史悠久，土壤和气候独一无二，种植条件得天独厚；华容县域内蔬菜加工企业众多，产业基础良好。公司所在地华容县插旗镇工业园位于洞庭湖藕池河畔，毗邻S202省道，水陆交通十分便利。

1) 企业网站特点分析与描述

请登录湖南插旗菜业有限公司网站，用三句话（不超过 100 个字）来描述此网站的特色与优势。将内容填入表 1。

表 1 客服前的准备

此网站的特色与优势

2) 分析目标客户，进行客户开发，掌握客户沟通技巧

根据材料，湖南插旗菜业有限公司定位的是哪一类目标客户？如果你是售前营销人员，你会怎样来争取客户购买公司产品。试着用文字表述出来。填入下表 2。

表 2 分析与沟通客户

目标客户有哪些？
售前沟通模拟测试：

3) 客户价值计算

客户是企业最重要、最核心、最有价值的无形资产。客户资源虽然是无形资产，但它也是可以用货币来计算的。假定一个客户在湖南插旗菜业有限公司每个月消费一次，平均每次消费800元，以平均客户生命周期 40 年为基准来计算客户价值的大小（以销售额来计算）。如果该客户对湖南插旗菜业有限公司提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外20人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外20个人。假定所有听到其赞美或抱怨的人均有20%转化率，或增加了湖南插旗菜业有限公司的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入表3，并进行必要的分析。

表 3 湖南插旗菜业有限公司客户价值动态分析

价值类型 价值大小	客户基本价值/元	满意客户的新增价值/元	抱怨客户的价值损失/元
计算公式			
价值大小 (销售额)			
分析结论			

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win7\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

售前客户服务与管理评分卡(题 J1-11)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律 ； 沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分。				
工作任务 (95 分)	客服前的准备	20 分	结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，符合字数要求，能很好地把服务特色与优势概括出来。	16-20 分			
			结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容基本上能反映出服务的特色。	10-15 分			
			文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，内容较能体现出服务的特色。	5-9 分			
			结构一般、文笔不是很通顺，符合字数要求，内容不能体现出服务的特色。	3-4 分			
			文不对题。	0-2 分			
	客户沟通技巧	35 分	目标客户明确，列举了三至五个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤（①招呼、②询问、③推荐、④议价、⑤核实、⑥道别、⑦跟进）阐述明确。	30-35分			
			目标客户明确，列举了三至五个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	24-29分			
			目标客户明确，列举了 1 至 2个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	18-23分			
			目标客户明确，列举了 1 至 2个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了四点。	12-17分			
			目标客户明确，列举了 1 至 2个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了三点。	6-11分			
			目标客户明确，列举了 1 至 2 个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中到了二点。	2-5分			
			典型客户群不明确；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了一点。	0-2分			
	客户价值计算	40 分	计算公式，价值大小计算正确，共 30 分。				
			作用：是否深刻理解客户终生价值对企业的重要性，是否观点明确、表述清楚、分析深刻且结合背景资料、见解独到等。按 0/5/7/10 分评分。				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

12. 试题编号：J1-12，售前客户服务与管理

(1) 任务描述

新晃老蔡食品有限责任公司 (<http://www.old.xhlaocai.com/>) 是一家有着10多年专业生产牛肉系列食品历史的股份制民营企业，是怀化市农业产业化龙头企业。公司位于湖南省新晃县兴隆镇柏树林，占地7000m²，建筑面积7500m²，建有一个屠宰分割车间、四个深加工车间、240吨冷冻冷藏库、综合办公大楼，拥有国内先进的各种食品加工设备60余台套，并在本县方家屯乡建有占地100余亩的肉牛育肥养殖基地，是怀化市最大的牛肉食品深加工企业。

新晃黄牛肉具有可溶性风味物质、矿物质、氨基酸、维生素四种物质含量丰富的特点，于2009年12月28日被国家质量监督检验检疫总局批准为国家地理标志保护产品，并批准为新晃老蔡食品公司和嘉信食品公司使用。这是继长沙湘绣、浏阳花炮、临武鸭等湘籍品牌之后，湖南再添一张“地理标志”名片。

1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

请登录新晃老蔡食品有限责任公司 (<http://www.old.xhlaocai.com/>)，用三句话（不超过 200 个字）来描述此网站的特色与优势，填入表 1 中。

表 1 客服前的准备

特色与优势分析

2) 沟通客户需求（客户沟通技巧）

假如你是该公司的一名客服，对于如下情况，你将如何处理？填写表 2。

表 2 沟通客户需求

A. 打招呼	
顾客：在么？	
客服回复：	
应注意事项：	
B. 介绍商品	
顾客：你好，我看中了一款牛肉口味，但是不知道是否合适我。我是广东人，对辣味比较敏感，吃什么口味的牛肉合适呢？	
客服回复：	
应注意事项：	
C. 价格辩论	
顾客：你们的产品怎么那么贵啊？	
客服回复：	
应注意事项：	

D. 质量质疑	
顾客：你们的产品质量怎么样？	
客服回复：	
应注意事项：	

3) 客户价值分析

针对新晃老蔡食品有限责任公司 (<http://www.old.xhlaocai.com/>) 的产品特点，按收入状况对其市场客户群进行划分，并分析各类客户群的消费特点及相应的产品营销策略，将内容填入表 3 中。

表 3 客户价值分析

分类方式	客户群	客户群特点	产品推介方式
按收入状况划分			

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win7\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

售前客户服务与管理评分卡(题 J1-12)

评价内容		配分	评分标准	得分1	得分2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律 ； 沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分			
工 作 任 务 (95 分)	客 服 准 备 (24 分)	公司产品定位 10分	公司产品定位结合产品的特性进行分析，定位准确。文笔通顺。			
		目标客户群体 8分	目标客户群体至少三类以上，且描述准确			
		营销模式 6分	营销模式准确，进行适当说明			
	客 户 沟 通 技 巧 (36 分)	打招呼 6分	热情有礼貌，语言简洁准确，符合客服打招呼中基本要求。			
		介绍商品 6分	能给出较为合适的客服口语答案，能针对客户的提问合适的介绍店铺产品。语句流畅通顺。			
		价格辩论 6分	能根据客户的要求在合理范围内进行价格辩论，且在此基础上用较为准确的语言，且语句流畅、通顺。			
		质量质疑 6分	能给出较为合适的客服口语答案，针对客户的质疑，能委婉地解决客户的质疑。语言较为通顺。			
	客 户 价 值 分 析 35分	客户群 10分	客户群划分正确。			
		特点描述 15分	描述正确			
		推广方式 10分	推广方式选择恰当，描述合理，有一定的创意			
合计		100 分				

试题评阅人签名_____

13. 试题编号：J1-13，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

湖南竞网科技有限公司是湖南最具竞争实力的互联网综合服务提供商之一。作为百度湖南地区总代理和百度（湖南）客户服务中心，公司一直秉承“服务创造价值”的经营理念，在业内同行中赢得了良好声誉。尽管如此，但对于一家服务数千家中小企业的公司而言，让客户满意仍不是一件容易的事情。以下是公司客服部客服经理亲自处理的一个客户投诉案例。

事情缘由：一天，公司的客户——某电子产品老板万先生怒气冲冲地打来电话反映：

- ①目前，客户的网站已经将近两个星期无法打开了，客户在百度的广告投放也停止了将近两个星期；
- ②因为临近年底，正是客户公司的销售旺季，所以损失非常大，要求赔偿在这段时间的损失；
- ③在此之前，客户已经提供相关资料，并早已传真给竞网的客服人员，但问题一直没有解决；
- ④要求网站马上打开。

1) 客户异议分析

按投诉的原因可以将客户的投诉划分为产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉。本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？（字数要求在200字）将内容填入表 1。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户异议处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

- ①客户的网站因为前期没有备案，有关部门对网站进行了关闭；
- ②客户目前已经提交了营业执照、身份证复印件等，但因客户对网络操作不熟练，并且不知道备案流程，竞网的技术人员负责协助其进行备案工作，目前正在审核过程中；
- ③有关部门的答复是20个工作日内完成处理。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术并说明理由。填入下表 2。

表 2 客户异议处理

步骤 1:	
话术 1:	
步骤 2:	
话术 2:	
步骤 3:	
话术 3:	

3) 客户回访和关怀

通过两个星期的跟踪处理，该客户的异议已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次异议处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次异议处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求 500 字左右，将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win7\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

售后客户服务与管理评分卡(题 J1-13)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分	
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律 ； 沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分					
工作任务 (95 分)	客户投诉分析	25 分	客户投诉类型判断正确 5 分					
			客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20 分				
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15 分				
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺	5-9 分				
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	0-4 分				
	客户投诉处理	40 分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强		36-40 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强		30-35 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性		24-29 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性		16-23 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性		9-15 分			
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节		0-8 分			
	客户关怀回访	30 分	客户回访电子邮件格式 5 分，按 0/3/5 分评分					
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分					
			语言通顺、礼节性强 5 分，按 0/3/5 分评分					
			能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务10分，按 0/4/6/8/10 分评分					
合计		100 分						

试题评阅人签名_____

14. 试题编号：J1-14，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

2015 年某月，顾客在国储电脑城购买了一台价值五千多元的电脑。详细描述如下：

当日，顾客走进电脑区时，营业员都忙着，有的在接待顾客，有的在理货，当时营业员A接待了顾客，并为顾客介绍产品，但由于顾客穿着很不得体，还问些不着边际的问题，总看些贵重的机器，而且时间已是晚上将近8点钟了，因此营业员也有些不耐烦，觉得肯定不能买，就爱答不理的。顾客说：“能不能帮 我介绍一下这款，我想给我儿子买台电脑，要好点的，上大学用！”营业员这会儿觉得，可能会买，这才细心的为顾客介绍。过程中，顾客问回去有问题怎么办。营业员说：“没关系，有什么问题尽管找我。” 最终达成了销售。

过了10天左右，这位顾客又来找这个营业员，说机器有毛病，首先笔记本开机只有桌面，剩下什么都没有，其次电池电量用的太快，要求退货。营业员与顾客协商，要求顾客到售后检测，顾客不同意，并说， 电脑刚买没几天，就出现这样的问题，就是你机器质量问题，并且你不是说有问题尽管找你的吗？这会儿 又让我去售后。卖的时候挺好，有问题就往别的地方支。

1) 客户异议分析

按投诉的原因可以将客户的投诉划分为产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉。本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？（字数要求在 200 字）。将内容填入表 1。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户异议处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

- ①电脑开机只有桌面，其它什么也没有；
- ②电脑电池电量损耗太快；
- ③认为售中客服要求其进行产品检测是忽悠他；
- ④要求退货。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术并说明理由。填入下表 2。

表 2 客户异议处理

步骤 1:	
话术 1:	
步骤 2:	
话术 2:	
步骤 3:	
话术 3:	

3) 客户回访和关怀

通过三天的跟踪处理，该客户的异议已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次异议处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次异议处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求500字左右。将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win7\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

售后客户服务与管理评分卡(题 J1-14)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养（5分）		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律 ； 沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分				
工作任务（95分）	客户投诉分析	25 分	客户投诉类型判断正确 5 分				
			客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20 分			
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15 分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺	5-9 分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	0-4 分			
	客户投诉处理	40 分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强	36-40 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	30-35 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-29 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	16-23 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	9-15 分			
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-8 分			
	客户关怀回访	30 分	客户回访电子邮件格式 5 分，按 0/3/5 分评分				
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
			语言通顺、礼节性强 5 分，按 0/3/5 分评分				
			能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

15. 试题编号：J1-15，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

湖南长沙的王先生，前不久在一家电卖场举办“五一特惠”上发现，他中意的一款电视产品的优惠幅度达到 1200 元，于是就购买了一台。可是当他交完钱回家等厂商送货安装时，烦心事就接踵而来了。当时王先生和卖场约好的是在第二天送货上门，而且发票上也写得清清楚楚，可是到了第二天等了一天也没有看到送货的人，于是他就打电话询问，厂商却说由于是降价产品，卖得太火，断货了，正在从厂家紧急调运，要他先等等，再过一天一定送到。无奈，王先生只好等着，等到了再次约定的时间，王先生又是空等一天，厂商的理由和前一天一样。王先生虽然心里头很窝火，但是想到毕竟在价格上捡了便宜，就说服自己耐心地等着，就这样一直等到第四天，服务人员才送货安装。

等服务人员匆匆忙忙安装好电视离开后，王先生晚上看电视时发现坐在沙发上必须得仰着头才能看，看一会脖子就受不了了。于是王先生赶紧和厂商联系，听了王先生说的情况后，厂商称可能是安装人员把安装数据搞错了，表示会尽快派人上门重新安装。可是此后，王先生就陷入了无尽地等待中，每次王先生打电话催，厂商都以生意太忙，安装人员忙不过来为由进行推辞，迟迟不上门服务。就这样一直等到卖场的“五一特惠”结束后的一个星期，厂商的服务人员才上门重新安装。尤其让王先生生气的是，这位服务人员表示，上次安装不当的主要原因是安装人员的技术不过关，因为很多安装服务人员都是卖场在平板电视节期间临时招聘的，没有经过系统的培训。王先生于是向卖场要求退货。

1) 客户异议分析

按投诉的原因可以将客户的投诉划分为产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉。本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？（字数要求在 200 字）将内容填入表1。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户异议处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

- ①卖场承诺第二天安装，结果第四天才安装电视；
- ②安装差错导致客户无法正常观看，厂家处理拖延；
- ③厂家服务人员称很多安装服务人员都是卖场在平板电视节期间临时招聘的，没有经过系统的培训；
- ④要求退货。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术并

说明理由。填入下表 2。

表 2 客户异议处理

步骤 1:	
话术 1:	
步骤 2:	
话术 2:	
步骤 3:	
话术 3:	

3) 客户回访和关怀

通过三天的跟踪处理，该客户的异议已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次异议处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次异议处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求 500 字左右。将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win7\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

售后客户服务与管理评分卡(题 J1-15)

评价内容		配分	评分标准		得分1	得分2	平均分
职业素养（5分）		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律 ； 沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分				
工作任务（95分）	客户投诉分析	25 分	客户投诉类型判断正确 5 分				
			客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20 分			
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15 分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺	5-9 分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	0-4 分			
	客户投诉处理	40 分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强	36-40 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	30-35 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-29 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	16-23 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	9-15 分			
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-8 分			
	客户关怀回访	30 分	客户回访电子邮件格式 5 分，按 0/3/5 分评分				
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
			语言通顺、礼节性强 5 分，按 0/3/5 分评分				
			能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

16. 试题编号：J1-16，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

去年4月,游客俞某参加了湖南某旅行社组织的新马泰旅游，旅游团一行由泰国导游带领来到曼谷一家颇有名气的国家级大珠宝店，购买了价格1100美元的项链。当时是听一店员介绍的，回国后经权威部门鉴定，所购项链上的“钻石”系假，发现上当，在国内1000多元就能买到。游客认为质保单上的标识对于不是专业人员来说，一时搞不清哪个是宝石的质量、还是钻的质量、还是整个项链的质量，而这位店员则利用了游客对珠宝知识的缺乏，以欺骗的手法，误导了这次消费，感到非常气愤，侵害了消费者的正当权利，造成了经济上与精神上极大的损失与伤害。游客向旅行社投诉，要求赔偿其经济损失1100美元。

1) 客户异议分析

按投诉的原因可以将客户的投诉划分为产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉。本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？（字数要求在200字）将内容填入表1。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户异议处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

- ①购项链上的“钻石”系假；
- ②要求赔钱。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术并说明理由。填入下表 2。

表 2 客户异议处理

步骤 1:	
话术 1:	
步骤 2:	
话术 2:	
步骤 3:	
话术 3:	
”””	

3) 客户回访和关怀

通过三天的跟踪处理，该客户的异议已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次异议处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次异议处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求 500 字左右。将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win7\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

售后客户服务与管理评分卡(题 J1-16)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律 ； 沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分				
工作任务 (95 分)	客户投诉分析	25 分	客户投诉类型判断正确 5 分				
			客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20 分			
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15 分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺	5-9 分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	0-4 分			
	客户投诉处理	40 分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强	36-40 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	30-35 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-29 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	16-23 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	9-15 分			
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-8 分			
	客户关怀回访	30 分	客户回访电子邮件格式 5 分，按 0/3/5 分评分				
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
			语言通顺、礼节性强 5 分，按 0/3/5 分评分				
			能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

17. 试题编号：J1-17，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

2015年7月8日中午，家与苏宁新中路店仅一路之隔的张先生在苏宁线上旗舰店订购了一台科龙空调，客服承诺线下指定店包安装，并在其开具的‘安装维修施工单’上注明了预约安装时间为7月9日晚19点。7月9日，张先生早早的回到了家里等待空调安装人员来安装已经送到家的空调，然而，19点10分左右，既无任何人上门安装空调，也无任何人通知是什么原因。

约19:25分张先生根据施工单上提供的电话，打了过去，一位小姐接了电话。张先生反映了情况，经接线小姐核实，此空调今天并没有安排工程人员安装。于是张先生很生气，要求向其经理反映，接线小姐经尝试转接电话后告诉张先生其经理正在电话中处理事务；张先生要求等，接线小姐同意了。可是5分钟过去了，张先生还是不能等到与其经理通话。张先生很无奈，要求接线小姐通知其经理在30分钟内回话并留下了自己的手机号码。

30分钟过去了，40分钟过去了，没有任何人给张先生打电话。怒气冲冲的张先生推开了家门，走进了一路之隔的苏宁新中路店，要求退货。

1) 客户异议分析

按投诉的原因可以将客户的投诉划分为产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉。本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？（字数要求在200字）将内容填入表1。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户异议处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

- ①过了约定安装的时间，既无任何人上门安装空调，也无任何人通知是什么原因；
- ②等待转接电话时间过长，且回应；
- ③要求经理处理完事物和自己联系，长时间无响应；
- ④要求退货。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术并说明理由。填入下表 2。

表 2 客户异议处理

步骤 1:	
话术 1:	
步骤 2:	
话术 2:	
步骤 3:	
话术 3:	
”””	

3) 客户回访和关怀

通过三天的跟踪处理，该客户的异议已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次异议处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次异议处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求 500 字左右。将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win7\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

售后客户服务与管理评分卡(题 J1-17)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律 ； 沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分				
工作任务 (95 分)	客户投诉分析	25 分	客户投诉类型判断正确 5 分				
			客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20 分			
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15 分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺	5-9 分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	0-4 分			
	客户投诉处理	40 分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强	36-40 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	30-35 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-29 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	16-23 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	9-15 分			
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-8 分			
	客户关怀回访	30 分	客户回访电子邮件格式 5 分，按 0/3/5 分评分				
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
			语言通顺、礼节性强 5 分，按 0/3/5 分评分				
			能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

18. 试题编号：J1-18，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

上海消费者陆先生于2019年3月19日在网上华为商城买了一部华为nova7手机，店家承诺保修期一年。年底手机出现问题，寄给卖家检测后说CPU的字库坏了，要收费520元。陆先生认为：在保修期内维修应该 免费，卖家却说这是特价机，只保修三个月。陆先生针对保修时间的问题进行了投诉。

1) 客户异议分析

按投诉原因划分有产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉，本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？（字数要求在 200 字）将内容填入表 1。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户异议处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

①手机无法正常使用；

②陆某个人陈述，当初在购买手机的过程中，知道购买的是特价机，但销售人员曾承诺手机的保修期为一年；

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术并说明理由。填入下表 2。

表 2 客户异议处理

步骤 1:	
话术 1:	
步骤 2:	
话术 2:	
步骤 3:	
话术 3:	
”””	

3) 客户回访和关怀

通过两个星期的跟踪处理，该客户的异议已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次异议处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次异议处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求 500 字左右。将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win7\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

售后客户服务与管理评分卡(题 J1-18)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律 ； 沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分				
工作任务 (95 分)	客户投诉分析	25 分	客户投诉类型判断正确 5 分				
			客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20 分			
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15 分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺	5-9 分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	0-4 分			
	客户投诉处理	40 分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强	36-40 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	30-35 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-29 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	16-23 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	9-15 分			
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-8 分			
	客户关怀回访	30 分	客户回访电子邮件格式 5 分，按 0/3/5 分评分				
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
			语言通顺、礼节性强 5 分，按 0/3/5 分评分				
			能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

19. 试题编号：J1-19，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

vivo是一家专注联接产业生态，为追求科技与时尚的前端用户，提供智慧终端产品和服务的科技公司。vivo致力于整合产业创新能力，并拥有完善的设计、研发、制造体系，在深圳、东莞、南京、北京、杭州、上海、台北、日本东京以及美国圣地亚哥等城市均构建了自主及合作研发网络，研发范围包括5G通信、人工智能、工业设计、影像技术等众多个人消费电子产品和服务的前沿领域。

尽管如此，让客户满意仍不是一件容易的事情。6月10日，公司的客户小王怒气冲冲地打来电话投诉：

- ①小王6月7日在网上买了8台vivo x50系列手机，结果收货物时少了2台，只收到6台；
- ②6月8日，小王曾进行投诉，编号 006 的客服人员不同意补发缺少的两台手机或退款，且态度不好，认为小王是来讹钱的；
- ③小王要求补发缺少的两台手机或退款，编号 006 的客服人员必须向他道歉。

1) 客户投诉分析

按投诉的原因划分，（产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉）针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？（字数要求在 200 字）将内容填入表 1。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户投诉处理

查证情况：

- ①经核查，客户少货是因为本单位的一个员工，数字8写的潦草，看起来像6，造成实际发货6台；
- ②编号006的客服人员查看快递信息显示“已签收”，所以认定买家肯定是故意来讹钱的。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术并说明理由。填入下表 2。

表 2 客户异议处理

步骤 1:	
话术 1:	
步骤 2:	
话术 2:	

步骤 3:	
话术 3:	
”””	

3) 客户回访和关怀

通过跟踪处理，该客户的投诉已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次投诉处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次投诉处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求 500 字左右。将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win7\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

售后客户服务与管理评分卡(题 J1-19)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律 ； 沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分				
工作任务 (95 分)	客户投诉分析	25 分	客户投诉类型判断正确 5 分				
			客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20 分			
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15 分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺	5-9 分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	0-4 分			
	客户投诉处理	40 分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强	36-40 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	30-35 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-29 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	16-23 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	9-15 分			
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-8 分			
	客户关怀回访	30 分	客户回访电子邮件格式 5 分，按 0/3/5 分评分				
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
			语言通顺、礼节性强 5 分，按 0/3/5 分评分				
			能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

20. 试题编号：J1-20，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

多喜爱家饰织用品有限公司 (<http://www.dohia.com/>) 是一家以专业设计生产和销售床上用品为主，产品涉及被套、床笠、床单、床裙、枕套、被芯、枕芯、婚庆产品、垫类产品、床具等。公司营销中心设在中国湖南长沙市，开发中心及生产企业等在广东省深圳市东莞市。目前，多喜爱公司拥有自营店近 200 家，加盟店 800 余家，遍及全国各地，是行业内发展速度最快的企业之一。尽管如此，让客户满意仍不是一件容易的事情。6 月 11 日，公司的客户小张打来电话投诉：

①小张 6 月 6 日从公司网站上买了 20 套床上用品，是单位年会用的，6 月 10 日收到货，但是收货后发现实物和图片不一样，于是打电话给客服要求退货；

②编号为 1145 的客服人员说快递信息显示 6 月 8 日“已签收”，认为小张 6 月 8 日那天没说，到现在才来说，肯定是年会结束了，不想要了来退货的，于是拒绝退货。

③小张非常生气，自己明明 6 月 10 日才收到货，为何会显示 6 月 8 日“已签收”，要求解释原因，编号为 1145 的客服人员要向自己道歉，并坚持要求退货。

1) 客户投诉分析

按投诉的原因划分，（产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉）针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？（字数要求在 200 字）将内容填入表 1。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户投诉处理

查证情况：

①仓库进行了解，原来之前的货卖完了，新进的货物是临时换了一个人在管，花案确实是不一样的。

②因为 6 月 8 日货是送到门卫那里，又是星期六，小张不在单位不知道，因此他确实是 6 月 10 日收到货。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术并说明理由。填入下表 2。

表 2 客户异议处理

步骤 1:	
话术 1:	
步骤 2:	
话术 2:	
步骤 3:	
话术 3:	
””	

3) 客户回访和关怀

通过跟踪处理，该客户的投诉已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次投诉处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次投诉处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求 500 字左右。将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win7\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

售后客户服务与管理评分卡(题 J1-20)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律 ； 沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分				
工作任务 (95 分)	客户投诉分析	25 分	客户投诉类型判断正确 5 分				
			客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20 分			
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15 分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺	5-9 分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	0-4 分			
	客户投诉处理	40 分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强	36-40 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	30-35 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-29 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	16-23 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	9-15 分			
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-8 分			
	客户关怀回访	30 分	客户回访电子邮件格式 5 分，按 0/3/5 分评分				
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
			语言通顺、礼节性强 5 分，按 0/3/5 分评分				
			能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

21. 试题编号：J1-21，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

中国电信集团公司（简称“中国电信”）成立于 2002 年，是我国特大型国有通信企业。中国电信作为中国主体电信企业和最大的基础网络运营商，拥有世界第一大固定电话网络，覆盖全国城乡，通达世界各地，成员单位包括遍布全国的 31 个省级企业，在全国范围内经营电信业务。企业秉持“用户至上、用心服务”的服务理念，以全面创新、求真务实，不断超越的精神风貌，致力于创造美好生活的良好愿景。尽管如此，让客户满意仍不是一件容易的事情。一天，公司的某客户怒气冲冲地打来电话投诉：

①客户来电反映本机没有通过任何方式申请开通农信通业务，但现收到提醒短信告知已订购农信通的新闻快讯业务；

②现客户强烈要求核实原因并退订；

③同时要求以后不要以任何借口帮他开通一些所谓的免费体验业务。

1) 客户投诉分析

按投诉的原因划分，（产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉）针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？（字数要求在 200 字）将内容填入表 1。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户投诉处理

查证情况：客户于 2 月 27 日来电反映上述问题。经查，客户于 2007 年 02 月 27 日 02:22:11 被向开通新闻快讯短信包月业务，开通原因为公司营业员输错号码，导致错办业务。如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术并说明理由，填入下表 2。

表 2 客户异议处理

步骤 1:	
话术 1:	
步骤 2:	
话术 2:	

步骤 3:	
话术 3:	
”””	

3) 客户回访和关怀

通过跟踪处理，该客户的投诉已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次投诉处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次投诉处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求 500 字左右。将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win7\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

售后客户服务与管理评分卡(题 J1-21)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律 ； 沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分				
工作任务 (95 分)	客户投诉分析	25 分	客户投诉类型判断正确 5 分				
			客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20 分			
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15 分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺	5-9 分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	0-4 分			
	客户投诉处理	40 分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强	36-40 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	30-35 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-29 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	16-23 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	9-15 分			
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-8 分			
	客户关怀回访	30 分	客户回访电子邮件格式 5 分，按 0/3/5 分评分				
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
			语言通顺、礼节性强 5 分，按 0/3/5 分评分				
			能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

22. 试题编号：J1-22，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

天猫某服装商城的客户怒气冲冲地打来电话投诉：

①4 月中旬在网上拍了一条特价裙子，5 月 2 号收到衣服后因为天气原因一直没穿，只是在家试了一下大小，感觉没啥大问题，就很快给卖家确认付款了；

②考虑到新衣服上面有一些味道和化学成份还是要去一去的，就在 5 月 6 号晚上在家用洗衣液轻轻过了一道水，第二天裙子白色那部分像是没洗干净一样，白一块，灰一块；

③要求退货。

1) 客户投诉分析

按投诉的原因划分，（产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉）针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？（字数要求在 200 字）将内容填入表 1。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户投诉处理

查证情况：

①该种款式的衣服材质有缺陷，洗过之后白色部分确实会变色；

②正是因为有缺陷所以才以特价的方式促销；

③在销售期间没有告知消费者该种款式的衣服有缺陷。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术并说明理由，填入下表 2。

表 2 客户异议处理

步骤 1:	
话术 1:	
步骤 2:	
话术 2:	

步骤 3:	
话术 3:	
”””	

3) 客户回访和关怀

通过跟踪处理，该客户的投诉已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次投诉处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次投诉处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求 500 字左右。将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win7\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

售后客户服务与管理评分卡(题 J1-22)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律 ； 沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分				
工作任务 (95 分)	客户投诉分析	25 分	客户投诉类型判断正确 5 分				
			客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20 分			
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15 分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺	5-9 分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	0-4 分			
	客户投诉处理	40 分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强	36-40 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	30-35 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-29 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	16-23 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	9-15 分			
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-8 分			
	客户关怀回访	30 分	客户回访电子邮件格式 5 分，按 0/3/5 分评分				
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
			语言通顺、礼节性强 5 分，按 0/3/5 分评分				
			能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

23. 试题编号：J1-23，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

某商务信息网是一家类似于淘宝网一样的中介服务平台，其以湖南为重点服务区域；以生活、消费、娱乐为主题内容，大力发展湖南的互联网事业。某天，一个客户在网上向公司客服人员投诉，她通过该商务信息网购买的一款小米手机有严重质量问题，经常在通话过程中突然听不到对方声音，她认为肯定是手机有严重质量问题，要求退货。同时，客户情绪非常激动，一再强调要投诉到消协，并叫媒体进行曝光。

1) 客户异议分析

按投诉的原因划分有产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉，本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？（字数要求在 200 字）将内容填入表 1。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户异议处理

通过了解，客户的手机确实是通过在该商务信息网平台上一家注册的用户店铺当中购买的， 查证后客户投诉原因在于：

- ①客户认为手机是通过商务信息网购买的，商务信息网应该负责；
- ②手机确实存在问题，并且给客户带来了极大的不便；

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术并说明理由。填入下表 2。

表 2 客户异议处理

步骤 1:	
话术 1:	
步骤 2:	
话术 2:	
步骤 3:	
话术 3:	
”””	

3) 客户回访和关怀

通过两星期的跟踪处理，该客户的异议已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于

针对此次异议处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次异议处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求 500 字左右。将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win7\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

售后客户服务与管理评分卡(题 J1-23)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律 ； 沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分				
工作任务 (95 分)	客户投诉分析	25 分	客户投诉类型判断正确 5 分				
			客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20 分			
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15 分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺	5-9 分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	0-4 分			
	客户投诉处理	40 分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强	36-40 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	30-35 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-29 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	16-23 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	9-15 分			
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-8 分			
	客户关怀回访	30 分	客户回访电子邮件格式 5 分，按 0/3/5 分评分				
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
			语言通顺、礼节性强 5 分，按 0/3/5 分评分				
			能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

24. 试题编号：J1-24，售后客户服务与管理

（1）任务描述

2015 年 9 月 18 日，赵小姐及朋友报名参加了中青旅组织的一次海南五日游，并签署了旅游合同。根据合同约定，于 9 月 30 日下午乘飞机赴海南三亚等景点，每人旅游费用 3250 元，共计 6500 元。赵小姐当日就交纳了此次旅游的全部费用。9 月 29 日，赵小姐早已做好旅游准备，却突然接到该旅行社业务经理电话，通知其原定海南旅游团队，因无法落实海南至长沙的返程机票，而被迫取消。由于旅行社取消旅游活动距“十一”黄金周仅一天时间，而其他旅行社基本组团完毕，造成赵小姐及朋友的国庆旅游计划随之落空。赵小姐以旅行社单方面终止旅游合同为由，对旅行社进行了投诉，要求旅行社退还全部旅游费用，赔偿其相关经济损失和精神补偿。

1) 客户异议分析

按投诉的原因划分有产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉，本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？（字数要求在 200 字）将内容填入表 1。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户异议处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

- ①客户认为旅行社单方面取消合同；
- ②十一的假期原定计划无法实现，因此不得不重新安排，造成了极大的不便；

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术并说明理由，填入下表 2。

表 2 客户异议处理

步骤 1:	
话术 1:	
步骤 2:	
话术 2:	
步骤 3:	
话术 3:	
”””	

3) 客户回访和关怀

通过几天的跟踪处理，该客户的异议已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次异议处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次异议处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求 500 字以上。将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：win7\win10 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

售后客户服务与管理评分卡(题 J1-24)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律 ； 沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分				
工作任务 (95 分)	客户投诉分析	25 分	客户投诉类型判断正确 5 分				
			客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20 分			
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15 分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺	5-9 分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	0-4 分			
	客户投诉处理	40 分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强	36-40 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	30-35 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-29 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	16-23 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	9-15 分			
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-8 分			
	客户关怀回访	30 分	客户回访电子邮件格式 5 分，按 0/3/5 分评分				
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
			语言通顺、礼节性强 5 分，按 0/3/5 分评分				
			能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

25. 试题编号：J1-25，售后客户服务与管理

(1) 任务描述

百度糯米是百度公司旗下连接本地生活服务的平台，是百度旗下三大 O2O 产品之一。其前身是人人网旗下的糯米网。原糯米网在 2010 年 6 月 23 日上线，2014 年 3 月 6 日正式更名为百度糯米。百度糯米汇集美食、电影、酒店、休闲娱乐、旅游、到家服务等众多生活服务的相关产品，并先后接入百度外卖、去哪儿网资源，一站式解决吃喝玩乐相关的所有问题，逐渐完善了百度糯米 O2O 的生态布局。百度糯米目前覆盖全国 400 多座城市，在其中 60 个城市中 GMV（Gross Merchandise Volume，成交总额）排名第一。

长沙市民张先生一行四人相约到步行街上的“佰烧海鲜烤肉自助”，“佰烧海鲜烤肉自助”正常价格是 79 元，在糯米团购网上的价格是 63 元，四人一块儿就餐可优惠 64 元。于是张先生在糯米网定了四张自助餐券，餐后向店员索要发票时，遭到拒绝，商家提出顾客消费用餐的钱款并没有直接付给店里，而是直接付到网上的。要求张先生向糯米网索要发票。张先生向糯米网客服咨询时，糯米网客服 006 号提出糯米网与商家签署合同时，已明确表示发票是由商家开据。要求张先生找“佰烧海鲜烤肉自助”。几次三番推诿，张先生多次索要不得发票，张先生愤而向糯米网投诉。

1) 客户异议分析

按投诉的原因划分，客户投诉有产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉，本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？字数要求在 200 字以内，将内容填入表 1。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

2) 客户异议处理

通过了解查证后，客户投诉原因为：

①客户当日确实进行了购买了自助餐券，并进行了消费；

②客户确实于当日向客服 006 号提出咨询，客服人员确实表明可糯米网团购确实可开具发票，但要求客户自行与商家协商；

③糯米网事后并未进行追踪调查。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤，撰写相应的应答话术，填入表 2。

表 2 客户异议处理

步骤 1:	
-------	--

话术 1:	
步骤 2:	
话术 2:	
步骤 3:	
话术 3:	
步骤 4:	
话术 4:	

3) 通过一周的协商处理, 该客户的投诉已得到解决, 请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次投诉处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次投诉处理是否满意、对于糯米网的服务是否有相关建议, 是否有新的问题需要得到帮助等, 字数要求 500 字左右。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(2) 实施条件

硬件: 计算机。

软件: win7\win10 操作系统, Office2010 版本以上, Acdsee 图片浏览器, HyperSnap6.0 截图工具软件。

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

售后客户服务与管理评分卡(题 J1-25)

评价内容		配分	评分标准		得分 1	得分 2	平均分
职业素养 (5 分)		5 分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律 ； 沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按 0/3/5 分标准评分				
工作任务 (95 分)	客户投诉分析	25 分	客户投诉类型判断正确 5 分				
			客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求	16-20 分			
			客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求	10-15 分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺	5-9 分			
			客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求	0-4 分			
	客户投诉处理	40 分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强	36-40 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强	30-35 分			
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性	24-29 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性	16-23 分			
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性	9-15 分			
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节	0-8 分			
	客户关怀回访	30 分	客户回访电子邮件格式 5 分，按 0/3/5 分评分				
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
			语言通顺、礼节性强 5 分，按 0/3/5 分评分				
			能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10 分，按 0/4/6/8/10 分评分				
合计		100 分					

试题评阅人签名_____

二、岗位核心技能

模块二 移动商务视觉设计

1. 试题编号：H2-1，移动商务视觉设计

（1）任务描述

“童乐玩具”是一家专业研发、生产及销售多种儿童玩具的厂商。为了拓展客户市场，“童乐玩具”将进驻天猫平台进行网上销售。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为公司网店设计店铺Logo，并为网店的主打产品设计宝贝主图。

1) 店铺 Logo

①尺寸要求：宽度为120 像素、高度为 120像素、分辨率为 72 像素/英寸。

②设计要求：设计要求有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型。

③存储要求：将制作好的店铺Logo图片储存为“店铺logo.PSD”和“店铺logo.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中 JPG 格式文件的文件大小为150K以内。

2) 商品主图（将素材文件夹下店铺的2个主打商品制作主图）

①尺寸要求：宽度为800像素，高度为800像素，分辨率为 72 像素/英寸

②图片修饰：主图的背景为白色，对主图图片的大小、角度、颜色、光泽等进行调整，并设置阴影等特殊效果，使调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力。

③促销元素：在主图中加入合适的促销元素，如体现产品价格，展现“新店开张优惠价”、“秒杀”、“限时折扣”、“包邮”、“满*送*”等利益点。

④存储要求：将制作好的宝贝主图储存为“主图 1.JPG”、“主图 2.JPG”，储存到当前文件夹。每个文件大小不超过500K。

（2）实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

（3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

（4）评分标准

见试题评分卡(试题 H2-1)。

试题评分卡(H2-1)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理（2分），试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件（1分），PSD文件中各图层有规范的命名和分组（2分）。		
工作任务 (95分)	店铺Logo设计（33分）			
	尺寸要求	3分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/3分评分	
	设计要求	24分	根据设计是否有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按0分/6分/12分/18分/24分评分	
	存储要求	6分	文件名和格式正确（4分），文件大小符合要求（2分）	
	商品主图设计（62分）			
	尺寸	4分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分；2张主图共4分	
	主图修饰	24分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/3分/6分/9分/12分评分 每张主图12分，2张主图共24分	
	促销元素	22分	主图要求体现产品价格，展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按0分/5分/7分/9分/11分评分 每张主图11分，2张主图共22分	
	存储要求	12分	文件名和格式正确（3分），文件大小符合要求（3分）； 每张主图6分，2张主图共12分	
合计	100分			

试题评阅人签名_____

2. 试题编号：H2-2，移动商务视觉设计

（1）任务描述

“岚馨化妆品专营店”是一家商场专柜直供，销售国内高端护肤品为主的化妆品专营网店。近日，该店拓宽货源渠道，引入雅诗兰黛、兰蔻、SK-II等国际高端护肤品品牌产品。为了凸显店铺引进国际大牌产品，店铺装修需要及时更新与升级。

1) 店铺 Logo

①尺寸要求：宽度为 120 像素、高度为 120 像素、分辨率为 72 像素/英寸。

②设计要求：设计要求有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型。

③存储要求：将制作好的店铺 Logo 图片储存为“店铺 logo.PSD”和“店铺logo.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中 JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

2) 商品主图（将素材文件夹下店铺的 2 个主打商品制作主图）

①尺寸要求：宽度为 800 像素，高度为 800 像素，分辨率为 72 像素/英寸。

②图片修饰：主图的背景为白色，对主图图片的大小、角度、颜色、光泽等进行调整，并设置阴影等特殊效果，使调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力。

③促销元素：在主图中加入合适的促销元素，如体现产品价格，展现“店铺升级优惠价”、“专柜正品”、“限时折扣”、“包邮”、“满*送*”等利益点。

④存储要求：将制作好的宝贝主图储存为“主图 1.JPG”、“主图 2.JPG”，储存到当前文件夹。每个文件大小不超过500K。

（2）实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0 。

（3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

（4）评分标准

见试题评分卡(试题 H2-2)。

试题评分卡(H2-2)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理（2分），试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件（1分），PSD文件中各图层有规范的命名和分组（2分）。		
工作任务 (95分)	店铺Logo设计（33分）			
	尺寸要求	3分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/3分评分	
	设计要求	24分	根据设计是否有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按0分/6分/12分/18分/24分评分	
	存储要求	6分	文件名和格式正确（4分），文件大小符合要求（2分）	
	商品主图设计（62分）			
	尺寸	4分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分；2张主图共4分	
	主图修饰	24分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/3分/6分/9分/12分评分 每张主图12分，2张主图共24分	
	促销元素	22分	主图要求体现产品价格，展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按0分/5分/7分/9分/11分评分 每张主图11分，2张主图共22分	
	存储要求	12分	文件名和格式正确（3分），文件大小符合要求（3分）； 每张主图6分，2张主图共12分	
合计	100分			

试题评阅人签名_____

3. 试题编号：H2-3，移动商务视觉设计

（1）任务描述

“数码时代”是一家以销售数码产品为主的电子商务公司，产品均来自各大正规厂商，全部正品、质量可靠有保证，现公司拟定在某网上商城开设一家网店，以扩大销售市场，增加产品销量。公司承诺：所售产品均有官方授权、正品保障，卖出的产品 7 天无理由退换货，且提供包换、保修等优质售后服务。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为公司网店设计店铺 Logo，并为网店的主打产品设计宝贝主图。

1) 店铺 Logo

①尺寸要求：宽度为 120 像素、高度为 120 像素、分辨率为 72 像素/英寸。

②设计要求：设计要求有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型。

③存储要求：将制作好的店铺 Logo 图片储存为“店铺 logo.PSD”和“店铺logo.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中 JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

2) 商品主图（将素材文件夹下店铺的 2 个主打商品制作主图）

①尺寸要求：宽度为 800 像素，高度为 800 像素，分辨率为 72 像素/英寸

②图片修饰：主图的背景为白色，对主图图片的大小、角度、颜色、光泽等进行调整，并设置阴影等特殊效果，使调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力。

③促销元素：在主图中加入合适的促销元素，如体现产品价格，展现“官方授权”、“正品行货”、“限时折扣”、“包邮”、“7 天无理由退换”等利益点。

④存储要求：将制作好的宝贝主图储存为“主图 1.JPG”、“主图 2.JPG”，储存到当前文件夹。每个文件大小不超过 500K。

（2）实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0

（3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

（4）评分标准

见试题评分卡(试题 H2-3)

试题评分卡(H2-3)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理（2分），试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件（1分），PSD文件中各图层有规范的命名和分组（2分）。		
工作任务 (95分)	店铺Logo设计（33分）			
	尺寸要求	3分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/3分评分	
	设计要求	24分	根据设计是否有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按0分/6分/12分/18分/24分评分	
	存储要求	6分	文件名和格式正确（4分），文件大小符合要求（2分）	
	商品主图设计（62分）			
	尺寸	4分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分；2张主图共4分	
	主图修饰	24分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/3分/6分/9分/12分评分 每张主图12分，2张主图共24分	
	促销元素	22分	主图要求体现产品价格，展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按0分/5分/7分/9分/11分评分 每张主图11分，2张主图共22分	
	存储要求	12分	文件名和格式正确（3分），文件大小符合要求（3分）； 每张主图6分，2张主图共12分	
合计	100分			

试题评阅人签名_____

4. 试题编号：H2-4，移动商务视觉设计

（1）任务描述

“南山南 思如依”是株洲芦淞服饰大市场的一家品牌女装销售店。为了拓展客户市场，准备在淘宝平台开设网店进行网上销售。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为公司网店设计店铺 Logo，并为网店的主打产品设计宝贝主图。

1) 店铺 Logo

①尺寸要求：宽度为 120 像素、高度为 120 像素、分辨率为 72 像素/英寸。

②设计要求：设计要求有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺品牌形象或销售商品类型。

③存储要求：将制作好的店铺 Logo 图片储存为“店铺 logo.PSD”和“店铺logo.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中 JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

2) 商品主图（选择素材文件夹下店铺的 2 个主打商品制作主图）

①尺寸要求：宽度为 800 像素，高度为 800 像素，分辨率为 72 像素/英寸。

②图片修饰：主图的背景为白色，对主图图片的大小、角度、颜色、光泽等进行调整，并设置图层样式等特殊效果，使调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力。

③促销元素：在主图中加入合适的促销元素，如体现产品价格，展现“新店开张优惠价”、“秒杀”、“限时折扣”、“包邮”、“满*送*”等利益点。

④存储要求：将制作好的宝贝主图储存为“主图 1.JPG”、“主图 2.JPG”，储存到当前文件夹。每个文件大小不超过500K。

（2）实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

（3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

（4）评分标准：见试题评分卡(试题 H2-4)。

试题评分卡(H2-4)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理（2分），试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件（1分），PSD文件中各图层有规范的命名和分组（2分）。		
工作任务 (95分)	店铺Logo设计（33分）			
	尺寸要求	3分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/3分评分	
	设计要求	24分	根据设计是否有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按0分/6分/12分/18分/24分评分	
	存储要求	6分	文件名和格式正确（4分），文件大小符合要求（2分）	
	商品主图设计（62分）			
	尺寸	4分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分；2张主图共4分	
	主图修饰	24分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/3分/6分/9分/12分评分 每张主图12分，2张主图共24分	
	促销元素	22分	主图要求体现产品价格，展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按0分/5分/7分/9分/11分评分 每张主图11分，2张主图共22分	
	存储要求	12分	文件名和格式正确（3分），文件大小符合要求（3分）； 每张主图6分，2张主图共12分	
合计	100分			

试题评阅人签名_____

5. 试题编号：H2-5，移动商务视觉设计

(1) 任务描述

“ABC 婴幼儿用品专卖店”是一家专营粉嫩婴幼儿商品的网店，现公司即将在登陆淘宝平台。请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为公司网店设计店铺 Logo，并为网店的主打产品设计宝贝主图。

1) 店铺 Logo

①尺寸要求：宽度为 120 像素、高度为 120 像素、分辨率为 72 像素/英寸。

②设计要求：设计要求有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺品牌形象或销售商品类型。

③存储要求：将制作好的店铺 Logo 图片储存为“店铺 logo.PSD”和“店铺logo.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中 JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

2) 商品主图（选择素材文件夹下店铺的 2 个主打商品制作主图）

①尺寸要求：宽度为 800 像素，高度为 800 像素，分辨率为 72 像素/英寸。

②图片修饰：主图的背景为白色，对主图图片的大小、角度、颜色、光泽等进行调整，并设置图层样式等特殊效果，使调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力。

③促销元素：在主图中加入合适的促销元素，如体现产品价格，展现“新店开张优惠价”、“秒杀”、“限时折扣”、“包邮”、“满*送*”等利益点。

④存储要求：将制作好的宝贝主图储存为“主图 1.JPG”、“主图 2.JPG”，储存到当前文件夹。每个文件大小不超过 500K。

(2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准：见试题评分卡(试题 H2-5)。

试题评分卡(H2-5)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理（2分），试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件（1分），PSD文件中各图层有规范的命名和分组（2分）。		
工作任务 (95分)	店铺Logo设计（33分）			
	尺寸要求	3分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/3分评分	
	设计要求	24分	根据设计是否有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按0分/6分/12分/18分/24分评分	
	存储要求	6分	文件名和格式正确（4分），文件大小符合要求（2分）	
	商品主图设计（62分）			
	尺寸	4分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分；2张主图共4分	
	主图修饰	24分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/3分/6分/9分/12分评分 每张主图12分，2张主图共24分	
	促销元素	22分	主图要求体现产品价格，展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按0分/5分/7分/9分/11分评分 每张主图11分，2张主图共22分	
	存储要求	12分	文件名和格式正确（3分），文件大小符合要求（3分）； 每张主图6分，2张主图共12分	
合计	100分			

试题评阅人签名_____

6. 试题编号：H2-6，移动商务视觉设计

（1）任务描述

“农夫生态果园”是一家专营各地特色水果的销售店。为了拓展客户市场，“农夫生态果园”将进驻淘宝平台进行网上销售。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为公司网店设计店铺 Logo，并为网店的主打产品设计宝贝主图。

1) 店铺 Logo

①尺寸要求：宽度为 120 像素、高度为 120 像素、分辨率为 72 像素/英寸。

②设计要求：设计要求有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺品牌形象或销售商品类型。

③存储要求：将制作好的店铺 Logo 图片储存为“店铺 logo.PSD”和“店铺logo.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中 JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

2) 商品主图

选择素材文件夹下产品原图制作主图 1 和主图 2，主图制作可以选用一张产品原图制作，也可采用两张产品原图的合成。

①尺寸要求：宽度为 800 像素，高度为 800 像素，分辨率为 72 像素/英寸。

②图片修饰：对主图图片的大小、角度、颜色、光泽等进行调整，并设置阴影等特殊效果，使调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力。

③卖点文案：在主图中加入合适的卖点文案，如“秒杀”、“限时折扣”、“包邮”、“满*送*”等促销信息，天然、无污染等卖点。

④存储要求：将制作好的宝贝主图储存为“主图 1.JPG”、“主图 2.JPG”，储存到当前文件夹。每个文件大小不超过 500K。

（2）实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

（3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

（4）评分标准：见试题评分卡(试题 H2-6)。

试题评分卡(H2-6)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理（2分），试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件（1分），PSD文件中各图层有规范的命名和分组（2分）。		
工作任务 (95分)	店铺Logo设计（33分）			
	尺寸要求	3分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/3分评分	
	设计要求	24分	根据设计是否有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按0分/6分/12分/18分/24分评分	
	存储要求	6分	文件名和格式正确（4分），文件大小符合要求（2分）	
	商品主图设计（62分）			
	尺寸	4分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分；2张主图共4分	
	主图修饰	24分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/3分/6分/9分/12分评分 每张主图12分，2张主图共24分	
	促销元素	22分	主图要求体现产品价格，展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按0分/5分/7分/9分/11分评分 每张主图11分，2张主图共22分	
	存储要求	12分	文件名和格式正确（3分），文件大小符合要求（3分）；每张主图6分，2张主图共12分	
合计	100分			

试题评阅人签名_____

7. 试题编号：H2-7，移动商务视觉设计

（1）任务描述

“健来福干货店”是一家专营天然绿色的农产品特色干货销售店。为了拓展客户市场，“健来福干货店”将进驻淘宝平台进行网上销售。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为公司网店设计店铺 Logo，并为网店的主打产品设计宝贝主图。

1) 店铺 Logo

①尺寸要求：宽度为 120 像素、高度为 120 像素、分辨率为 72 像素/英寸。

②设计要求：设计要求有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺品牌或销售商品类型。

③存储要求：将制作好的店铺 Logo 图片储存为“店铺 logo.PSD”和“店铺logo.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中 JPG 格式文件的文件大小为 150K 以内。

2) 商品主图（将素材文件夹下店铺的 2 款主打商品黄花菜和红枣制作主图）

①尺寸要求：宽度为 800 像素，高度为 800 像素，分辨率为 72 像素/英寸。

②图片修饰：主图的背景为白色，对主图图片的大小、角度、颜色、光泽等进行调整，并设置阴影等特殊效果，使调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力。

③卖点元素：在主图设计中加入诸如：产品价格、“满*送*”、绿色、天然、无污染、农家自制等体现卖点和吸引力的元素。

④存储要求：将制作好的宝贝主图储存为“主图 1.JPG”、“主图 2.JPG”，储存到当前文件夹。每个文件大小不超过 500K。

（2）实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

（3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

（4）评分标准：见试题评分卡(试题 H2-7)。

试题评分卡 (H2-7)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理（2分）， 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件（1分）， PSD文件中各图层有规范的命名和分组（2分）。		
工作任务 (95分)	店铺Logo设计（33分）			
	尺寸要求	3分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/3分评分	
	设计要求	24分	根据设计是否有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按0分/6分/12分/18分/24分评分	
	存储要求	6分	文件名和格式正确（4分）， 文件大小符合要求（2分）	
	商品主图设计（62分）			
	尺寸	4分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分； 2张主图共4分	
	主图修饰	24分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/3分/6分/9分/12分评分 每张主图12分， 2张主图共24分	
	促销元素	22分	主图要求体现产品价格，展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按0分/5分/7分/9分/11分评分 每张主图11分， 2张主图共22分	
	存储要求	12分	文件名和格式正确（3分）， 文件大小符合要求（3分）； 每张主图6分， 2张主图共12分	
合计	100分			

试题评阅人签名_____

8. 试题编号：H2-8，移动商务视觉设计

（1）任务描述

“KOF0—世纪风鞋业”是一家以销售男款运动休闲鞋为主的电子商务公司，产品均来自各大正规厂商，全部正品、质量可靠有保证，现公司决定在天猫商城开设一家店铺以扩大产品的曝光度，增加企业与客户之间的互动，以达到增加产品销售。公司承诺：所售产品均有官方授权、正品保障，卖出的产品7天无理由退换货，且提供发票。同时公司拟对新店开张采取如下促销活动：满100元包邮；推出两款主打促销新鞋“休闲鞋1”，促销价为68元/双，“休闲鞋2”，促销价为128元/双。请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为公司网店设计店铺Logo，并为网店的主打产品设计宝贝主图。

1) 店铺Logo

①尺寸要求：宽度为120像素、高度为120像素、分辨率为72像素/英寸。

②设计要求：要求有一定独特性、创新性，并能够反映出店铺销售商品类型。

③存储要求：将制作好的店铺Logo图片储存为“店铺logo.PSD”和“店铺logo.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中JPG格式文件的文件大小为100K以内。

2) 商品主图（将素材文件夹下店铺的2个主打商品制作主图）

①尺寸要求：宽度为800像素，高度为800像素，分辨率为72像素/英寸

②图片修饰：主图的背景为白色，对主图图片的大小、角度、颜色、光泽等进行调整，并设置阴影等特殊效果，使调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力

③促销元素：在主图中加入合适的促销元素，如体现产品价格，展现“新店开张优惠价”、“秒杀”、“限时折扣”、“包邮”、“满*送*”等利益点。

④存储要求：将制作好的宝贝主图储存为“主图1.JPG”、“主图2.JPG”，储存到当前文件夹。每个文件大小不超过500K。

（2）实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

（3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

（4）评分标准 见试题评分卡(试题 H2-8)。

试题评分卡(H2-8)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理（2分），试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件（1分），PSD文件中各图层有规范的命名和分组（2分）。		
工作任务 (95分)	店铺Logo设计（33分）			
	尺寸要求	3分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/3分评分	
	设计要求	24分	根据设计是否有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按0分/6分/12分/18分/24分评分	
	存储要求	6分	文件名和格式正确（4分），文件大小符合要求（2分）	
	商品主图设计（62分）			
	尺寸	4分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分；2张主图共4分	
	主图修饰	24分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/3分/6分/9分/12分评分 每张主图12分，2张主图共24分	
	促销元素	22分	主图要求体现产品价格，展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按0分/5分/7分/9分/11分评分 每张主图11分，2张主图共22分	
	存储要求	12分	文件名和格式正确（3分），文件大小符合要求（3分）； 每张主图6分，2张主图共12分	
合计	100分			

试题评阅人签名_____

9. 试题编号：H2-9，移动商务视觉设计

（1）任务描述

“指尖之舞”是一家经营批发美甲系列产品的实体店。为了拓展客户市场，“指尖之舞”将进驻天猫平台进行网上销售。公司承诺：实物拍摄、用心服务、诚信店铺，新店开张满100元包邮，满88元可以使用5元优惠券一张，满168元可使用10元优惠券一张。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为公司网店设计店铺Logo，并为网店的主打产品设计宝贝主图。

1) 店铺Logo

①尺寸要求：宽度为120像素、高度为120像素、分辨率为72像素/英寸。

②设计要求：要求有一定独特性、创新性，并能够反映出店铺销售商品类型。

③存储要求：将制作好的店铺Logo图片储存为“店铺logo.PSD”和“店铺logo.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中JPG格式文件的文件大小为100K以内。

2) 商品主图（将素材文件夹下店铺的2个主打商品制作主图）

①尺寸要求：宽度为800像素，高度为800像素，分辨率为72像素/英寸

②图片修饰：主图的背景为白色，对主图图片的大小、角度、颜色、光泽等进行调整，并设置阴影等特殊效果，使调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力

③促销元素：在主图中加入合适的促销元素，如体现产品价格，展现“新店开张优惠价”、“秒杀”、“限时折扣”、“包邮”、“满*送*”等利益点。

④存储要求：将制作好的宝贝主图储存为“主图1.JPG”、“主图2.JPG”，储存到当前文件夹。每个文件大小不超过500K。

（2）实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

（3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

（4）评分标准

见试题评分卡(试题 H2-9)。

试题评分卡(H2-9)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理（2分），试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件（1分），PSD文件中各图层有规范的命名和分组（2分）。		
工作任务 (95分)	店铺Logo设计（33分）			
	尺寸要求	3分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/3分评分	
	设计要求	24分	根据设计是否有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按0分/6分/12分/18分/24分评分	
	存储要求	6分	文件名和格式正确（4分），文件大小符合要求（2分）	
	商品主图设计（62分）			
	尺寸	4分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分；2张主图共4分	
	主图修饰	24分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/3分/6分/9分/12分评分 每张主图12分，2张主图共24分	
	促销元素	22分	主图要求体现产品价格，展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按0分/5分/7分/9分/11分评分 每张主图11分，2张主图共22分	
	存储要求	12分	文件名和格式正确（3分），文件大小符合要求（3分）； 每张主图6分，2张主图共12分	
合计	100分			

试题评阅人签名_____

10. 试题编号：H2-10，移动商务视觉设计

（1）任务描述

“萌箱包专卖店”是一家专营女式箱包店铺，店铺的受众主要为十多岁的年轻女孩，销售的商品也较为可爱。现公司即将在登陆淘宝平台。请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为公司网店设计店铺Logo，并为网店的主打产品设计宝贝主图。

1) 店铺Logo

①尺寸要求：宽度为120像素、高度为120像素、分辨率为72像素/英寸。

②设计要求：要求有一定独特性、创新性，并能够反映出店铺销售商品类型。

③存储要求：将制作好的店铺Logo图片储存为“店铺logo.PSD”和“店铺logo.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中JPG格式文件的文件大小为100K以内。

2) 商品主图（将素材文件夹下店铺的2个主打商品制作主图）

①尺寸要求：宽度为800像素，高度为800像素，分辨率为72像素/英寸

②图片修饰：主图的背景为白色，对主图图片的大小、角度、颜色、光泽等进行调整，并设置阴影等特殊效果，使调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力

③促销元素：在主图中加入合适的促销元素，如体现产品价格，展现“新店开张优惠价”、“秒杀”、“限时折扣”、“包邮”、“满*送*”等利益点。

④存储要求：将制作好的宝贝主图储存为“主图1.JPG”、“主图2.JPG”，储存到当前文件夹。每个文件大小不超过500K。

（2）实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

（3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

（4）评分标准

见试题评分卡(试题 H2-10)。

试题评分卡(H2-10)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
职业素养 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理（2分），试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件（1分），PSD文件中各图层有规范的命名和分组（2分）。		
工作任务 (95分)	店铺Logo设计（33分）			
	尺寸要求	3分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/3分评分	
	设计要求	24分	根据设计是否有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按0分/6分/12分/18分/24分评分	
	存储要求	6分	文件名和格式正确（4分），文件大小符合要求（2分）	
	商品主图设计（62分）			
	尺寸	4分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分；2张主图共4分	
	主图修饰	24分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/3分/6分/9分/12分评分 每张主图12分，2张主图共24分	
	促销元素	22分	主图要求体现产品价格，展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按0分/5分/7分/9分/11分评分 每张主图11分，2张主图共22分	
	存储要求	12分	文件名和格式正确（3分），文件大小符合要求（3分）； 每张主图6分，2张主图共12分	
合计	100分			

试题评阅人签名_____

11. 试题编号：H2-11，移动商务视觉设计

（1）任务描述

【背景资料】“贝尔”儿童玩具店是一家以销售儿童玩具为主，经营 2 年多的知名网店。近日，店里马上要迎来 3 周年店庆活动。为此需要对网店装修进行更新。现定本次活动的主题为喜迎店庆聚优惠。届时将以先领券再购物、新品乐享折上折、买多少送多少、收藏再购物即送大礼包等形式，还将设置数量有限、先到先得的秒杀、半价、免单等环节回馈广大顾客。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为此次活动制作符合主题、设计美观，主题突出，有视觉冲击力的宣传海报。

①海报尺寸：请将试题素材中“首页”图片上方的主题海报尺寸测量后，新建一个尺寸大小相同的文件。

②海报背景：挑选试题素材“背景”文件夹中合适的图片进行图片大小、角度等调整，使用调整好的图片作为新海报的背景。

③海报中的产品展示：采用抠图方式将试题素材中“主打 1、主打 2、主打 3”图片中的产品抠出，缩放到合适比例大小，融入海报恰当位置；图片抠图要求细致，产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式，如投影效果等。

④海报中的文字信息：请根据上面任务描述中的背景资料提取新海报主题，参照素材“首页”图片中主题海报标语字体样式，给新海报添加主题标语。请从背景资料中提取 3 个以上有关本次活动的利益点，给新海报添加宣传文案。文字字体使用素材中“方正兰亭黑体”系列字体。

⑤海报中的图标元素：请使用形状工具组制作 2 种以上符合主题氛围的图标元素，给新海报添加活动氛围。

⑥海报中的引导按钮：结合活动主题，在海报中添加引导按钮，达到引导行动的效果。

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式，一个文件为“海报.psd”，一个文件为“海报.jpg”，其中“海报.jpg”文件要求在不改变图片尺寸的情况下，文件大小不超过500KB，两个文件都存储在当前试题所在文件夹下。

（2）实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

（3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

（4）评分标准

见试题评分卡(试题 H2-11)。

试题评分卡(H2-11)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理 (2 分)， 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件 (1 分)， PSD 文件中各图层有规范的命名和分组 (2 分)。	
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求，按 0 分/5 分评分	
	海报背景设计	10分	按是否采用了题目中背景设置要求，以及背景设置美观效果给分。 按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报中产品展示	10分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点；按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报中的图标元素	10分	根据有无图标元素，以及图标元素的美观效果，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮，以及引导按钮的美观效果，按 0 分/3 分/4 分/5 分评分	
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力，按 0 分/3 分/4 分/5 分评分	
文件保存		10分	文件名正确 (2 分)、文件格式符合要求 (4 分) 文件大小符合要求 (4 分)	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

12. 试题编号：H2-12，移动商务视觉设计

（1）任务描述

【背景素材】BeNai 是浙江世纪风鞋业公司旗下的男款运动休闲鞋品牌，该产品的设计以休闲概念为主题，畅享舒适、物超所值的休闲感受。公司将于春季最新推出一款男士运动休闲耐磨跑步鞋，该鞋有三个色系：灰黑、灰蓝、灰红，尝鲜价为：58 元/双。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为此次活动制作符合主题、设计美观，主题突出，有视觉冲击力的宣传海报。

①海报尺寸：请参照“尺寸样图.jpg”大小新建一个尺寸大小一致的文件。

②海报背景：要求根据活动背景资料主题提示，使用素材中的“草地.jpg”、“树叶.jpg”、“地板.jpg”合成海报背景。

③海报中的产品展示：采用抠图方式将素材中“鞋子1.jpg”、“鞋子2.jpg”、“鞋子3.jpg”抠出 合成海报产品，融入海报恰当位置；图片抠图要求细致，产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式，如提亮、正色、投影效果等。

④海报中的文字信息：根据背景资料提示，给新海报添加主题标语；并从背景资料中提取有关本次活动的利益点或者本商品的特色等相关信息，给新海报添加宣传文案。文字字体使用素材中“方正兰亭黑体” 系列字体，并对各文字进行合适的格式和排版设置。

⑤海报中的图标元素：请使用形状工具组至少制作 1 种以上符合主题氛围的图标元素或标签，给新海报添加活动氛围。

⑥海报中的引导按钮：结合活动主题，在海报中添加引导按钮，达到引导行动的效果。

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式，一个文件为“海报.psd”，一个文件为“海报.jpg”，其中“海报.jpg”文件要求在不改变图片尺寸的情况下，文件大小不超过500KB，两个文件都存储在当前试题所在文件夹下。

（2）实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

（3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

（4）评分标准

见试题评分卡(试题 H2-12)。

试题评分卡(H2-12)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理 (2 分)， 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件 (1 分)， PSD 文件中各图层有规范的命名和分组 (2 分)。	
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求，按 0 分/5 分评分	
	海报背景设计	10分	按是否采用了题目中背景设置要求，以及背景设置美观效果给分。 按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报中产品展示	15分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果，按 0 分/6 分/8 分/10 分/12 分/15 分评分	
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点；按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报中的图标元素	5分	根据有无图标元素，以及图标元素的美观效果，按 0 分/3 分/4 分/5 分评分	
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮，以及引导按钮的美观效果，按 0 分/3 分/4 分/5 分评分	
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力，按 0 分/3 分/4 分/5 分评分	
文件保存		10分	文件名正确 (2 分)、文件格式符合要求 (4 分) 文件大小符合要求 (4 分)	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

13. 试题编号：H2-13，移动商务视觉设计

（1）任务描述

【背景素材】“大美资生堂专营店”是一家官方授权、正品直销的资生堂专营店。近期，该网店全力推出一套新透美白肌——樱花系列护肤品，臻享价：1860 元/套。礼盒套装共有 3 款产品，分别为：“臻白祛斑精粹水 150ml”、“集光祛斑精华液 30ml”、“夜间祛斑修护凝霜 50ml”，并赠送包括精粹水、柔护乳、精华液等 6 件小样及银白夹扣包 1 个的超值大礼包。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为本套护肤品制作符合主题、设计美观，主题突出，有视觉冲击力的宣传海报。

② 海报尺寸：要求为 950 像素×350 像素。

②海报背景：要求根据活动背景资料主题提示，使用素材中的“花朵.jpg”、“绸缎.jpg”、“礼盒.jpg”合成海报背景。

③海报中的产品展示：采用抠图方式将素材中“产品 1.jpg”、“产品 2.jpg”、“产品 3.jpg”、“赠品.jpg”抠出合成海报产品，融入海报恰当位置；图片抠图要求细致，产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式，如提亮、正色、投影效果等。

④海报中的文字信息：请从背景资料中提取新海报主题，给新海报添加主题标语；请从背景资料中提取 3 个以上有关本次活动的利益点，给新海报添加宣传文案。文字字体使用素材中“方正兰亭黑体”系列字体。

⑤海报中的图标元素：请使用形状工具组制作 2 种以上符合主题氛围的图标元素，给新海报添加活动氛围。

⑥海报中的引导按钮：结合活动主题，在海报中添加引导按钮，达到引导行动的效果。

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式，一个文件为“海报.psd”，一个文件为“海报.jpg”，其中“海报.jpg”文件要求在不改变图片尺寸的情况下，文件大小不超过500KB，两个文件都存储在当前试题所在文件夹下。

（2）实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

（3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

（4）评分标准

见试题评分卡(试题 H2-13)。

试题评分卡(H2-13)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理 (2分)，试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件 (1分)，PSD 文件中各图层有规范的命名和分组 (2分)。	
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求，按 0分/5分评分	
	海报背景设计	10分	按是否采用了题目中背景设置要求，以及背景设置美观效果给分。 按 0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中产品展示	10分	根据抠图效果、裁剪效果、大小调整效果，按 0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报上文字设计	10分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果，按 0分/4分/6分/8分/10分评分	
		10分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点；按 0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中的图标元素	10分	根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果，按 0分/4分/6分/8分/10分评分	
		5分	根据有无图标元素，以及图标元素的美观效果，按 0分/3分/4分/5分评分	
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮，以及引导按钮的美观效果，按 0分/3分/4分/5分评分	
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度，按 0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报整体颜色搭配	5分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果，按 0分/3分/4分/5分评分	
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力，按 0分/3分/4分/5分评分	
	文件保存	10分	文件名正确 (2分)、文件格式符合要求 (4分) 文件大小符合要求 (4分)	
100分				
合计				

试题评阅人签名_____

14. 试题编号：H2-14，移动商务视觉设计

（1）任务描述

【背景资料】：某数码商城为回馈广大消费者，特举办一次“品牌团”。佳能、尼康、苹果、三星、联想、索尼、华为、步步高等多个知名品牌加盟本次团购活动。活动时间为 2 天，开团时间为上午 10 点。相信品牌的力量，全场正品行货、顺丰包邮，购物满 588 元立返现金券 30 元。

请根据试题文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为此次活动制作符合主题、设计美观，主题突出，有视觉冲击力的宣传海报。

①海报尺寸：宽度为 950 像素，高度为 350 像素。

②海报背景：要求根据活动背景资料主题提示，设置适当的渐变颜色。

③海报中的产品展示：采用抠图方式将素材“样品 1.jpg”、“样品 2.jpg”、“样品 3.jpg”、“样品 4.jpg”图片中的主要产品抠出，缩放到合适比例大小，融入海报恰当位置；图片抠图要求细致，产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式，如投影等效果。

④海报中的文字信息：根据背景资料提示，给新海报添加主题标语；任选加盟本次活动的 5 个品牌，以合适的方式展现；从背景资料中提取 2 个以上有关本次活动的利益点，给新海报添加宣传文案。文字字体使用素材中“方正兰亭黑体”系列字体，并对各文字进行合适的格式、排版和文字样式设置，如投影、描边等效果。

⑤海报中的图标元素：请使用形状工具组至少制作 1 种以上符合主题氛围的图标元素或标签，给新海报添加活动氛围。

⑥海报中的引导按钮：结合活动主题，在海报中添加引导按钮，达到引导行动的效果。

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式文件，一个文件为

“海报.psd”，一个文件为“海报.jpg”，其中“海报.jpg”文件要求在不改变图片尺寸的情况下，文件大小不超过 500KB，两个文件都存储在当前试题所在文件夹下。

（2）实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

（3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

（4）评分标准

见试题评分卡(试题 H2-14)。

试题评分卡(H2-14)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理 (2分)，试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件 (1分)，PSD 文件中各图层有规范的命名和分组 (2分)。	
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求，按 0分/5分评分	
	海报背景设计	5分	按是否设置渐变色和渐变色设置美观效果给分 按 0分/3分/4分/5分评分	
	海报中产品展示	10分	根据抠图效果、裁剪效果、大小调整效果，按 0分/4分/6分/8分/10分评分	
		10分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果，按 0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报上文字设计	10分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点；按 0分/4分/6分/8分/10分评分	
		10分	根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果，按 0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中的图标元素	5分	根据有无图标元素，以及图标元素的美观效果，按 0分/3分/4分/5分评分	
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮，以及引导按钮的美观效果，按 0分/3分/4分/5分评分	
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度，按 0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果，按 0分/4分/6分/8分/10分评分	
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力，按 0分/3分/4分/5分评分	
	文件保存	10分	文件名正确 (2分)、文件格式符合要求 (4分) 文件大小符合要求 (4分)	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

15. 试题编号：H2-15，移动商务视觉设计

（1）任务描述

【背景资料】“爱丽尔”美甲店是一家以销售美甲系列产品的知名网店。近期即将推出一款彩色水性指甲油，该产品纯植物配方、100%原装进口，国家质检权威认证，活动时间：2019 年 10 月 15 日-11 月 15 日，活动期间买二送一。商家承诺：对商品任何不满意的地方均可 7 天内包退换。

请根据试题文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为此次活动制作符合主题、设计美观、主题突出、有视觉冲击力的宣传海报。

①海报尺寸：请将“店铺设计.jpg”图片上方的主题海报位置尺寸测量后，新建一个尺寸大小与之一致的文件。

②海报背景：要求结合活动背景资料主题提示，“店铺设计.jpg”的配色效果，使用素材中的“背景一.jpg”和合适的颜色合成海报背景。

③海报中的产品展示：采用抠图方式将素材中“指甲油一.jpg”抠出、将素材中的“手模一.jpg”使用蒙版合成海报产品，融入海报恰当位置；图片抠图要求细致，产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式，如提亮、正色、投影效果等。

④海报中的文字信息：根据背景资料提示，给新海报添加主题标语；并从背景资料中提取有关本次活动的利益点或者本商品的特色等相关信息，给新海报添加宣传文案。文字字体使用素材中“方正兰亭黑体”系列字体，并对各文字进行合适的格式和排版设置。

⑤海报中的图标元素：请使用形状工具组至少制作 2 种以上符合主题氛围的图标元素或标签，给新海报添加活动氛围。

⑥海报中的引导按钮：结合活动主题，在海报中添加引导按钮，达到引导行动的效果。

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式文件，一个文件为

“海报.psd”，一个文件为“海报.jpg”，其中“海报.jpg”文件要求在不改变图片尺寸的情况下，文件大小不超过 500KB，两个文件都存储在当前试题所在文件夹下。

（2）实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

（3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

（4）评分标准

见试题评分卡(试题 H2-15)。

试题评分卡(H2-15)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理 (2 分)， 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件 (1 分)， PSD 文件中各图层有规范的命名和分组 (2 分)。	
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求，按 0 分/5 分评分	
	海报背景设计	5分	按是否采用了题目中背景设置要求，以及背景设置美观效果给分。 按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报中产品展示	15分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果，按 0 分/6 分/8 分/10 分/12 分/15 分评分	
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点；按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报中的图标元素	10分	根据有无图标元素，以及图标元素的美观效果，按 0 分/3 分/4 分/5 分评分	
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮，以及引导按钮的美观效果，按 0 分/3 分/4 分/5 分评分	
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力，按 0 分/3 分/4 分/5 分评分	
文件保存		10分	文件名正确 (2 分)、文件格式符合要求 (4 分) 文件大小符合要求 (4 分)	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

16. 试题编号：H2-16，移动商务视觉设计

（1）任务描述

【背景资料】2019 年的 520 女神节（Chinese Valentines’ Day）快到了，某女装网店准备“以爱之名”为店铺新上的一款女性的阔腿短裤做一张促销海报，此款阔腿短裤的特点是宽松、显瘦、透气、提升女性气质。优惠措施：特价 89 元。活动时间：5 月 10 日—5 月 20 日。

请根据试题文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为此次活动制作符合主题、设计美观、主题突出、有视觉冲击力的宣传海报。

①海报尺寸：要求为 1920 像素×550 像素。

②海报背景：要求根据活动主题、商品图片和模特图片的颜色，从背景素材文件中的素材中选择合适的素材（素材可以根据需要自由裁剪、组合）。

③海报中的产品展示：采用抠图方式将模特图、产品图（阔腿裤）抠出融入海报恰当位置；图片抠图要求细致，海报中半身照的阔腿裤要求调整与模特身上阔腿裤颜色一致，产品在海报中呈现时要求有美观排列方式。

④海报中的文字信息：根据背景资料提示，给新海报添加主题标语；并从背景资料中提取有关本次活动的利益点等相关信息，给新海报添加宣传文案。文字字体使用素材中“方正兰亭黑体”系列字体，并对各文字进行合适的格式和排版设置。

⑤海报中的图标元素：请使用形状工具组至少制作 1 种以上符合主题氛围的图标元素或标签，给新海报添加活动氛围。

⑥海报中的引导按钮：结合活动主题，在海报中添加引导按钮，达到引导行动的效果。

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式文件，一个文件为

“海报.psd”，一个文件为“海报.jpg”，其中“海报.jpg”文件要求在不改变图片尺寸的情况下，文件大小不超过 500KB，两个文件都存储在当前试题所在文件夹下。

（2）实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

（3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

（4）评分标准

见试题评分卡（试题 H2-16）。

试题评分卡(H2-16)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理 (2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件 (1分), PSD 文件中各图层有规范的命名和分组 (2分)。	
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求, 按 0分/5分评分	
	海报背景设计	5分	按是否选择背景素材和素材设置美观效果、融合情况给分, 按 0分/3分/4分/5分评分	
	海报中产品展示	10分	根据模特抠图效果、裁剪效果、大小调整效果, 按 0分/4分/6分/8分/10分评分	
		10分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果, 按 0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报上文字设计	10分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点; 按 0分/4分/6分/8分/10分评分	
		10分	根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果, 按 0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中的图标元素	5分	根据有无图标元素, 以及图标元素的美观效果, 按 0分/3分/4分/5分评分	
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮, 以及引导按钮的美观效果, 按 0分/3分/4分/5分评分	
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度, 按 0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按 0分/4分/6分/8分/10分评分	
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力, 按 0分/3分/4分/5分评分	
	文件保存	10分	文件名正确 (2分)、文件格式符合要求 (4分) 文件大小符合要求 (4分)	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

17. 试题编号：H2-17，移动商务视觉设计

（1）任务描述

【背景资料】某童装网店准备制作一张店铺的海报，要求制作的海报一方面要突出店铺所销售的童装风格，另一方面要营造出童趣悠然的效果，以此来打动小孩子和家长的心。店铺销售的童装为女孩童装，服装以突出小孩可爱、快乐小公主的特色。且店铺实施以下优惠促销活动：满 99 元减 3 元，满 158 元减 8 元，满 258 元减 15 元，每天前 10 名有神秘礼物相送，活动时间为 6 月 1 日—6 月 15 日。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为此次活动制作符合主题、设计美观，主题突出，有视觉冲击力的宣传海报。

①海报尺寸：要求为 950 像素×400 像素。

②海报背景：从“背景”图片选择图片的天空部分作为海报背景，并对其大小、颜色、图层样式等进行调整，使其作为海报的背景。

③海报中的产品展示：将素材文件夹下的四种宝贝图片采用合适方式和比例大小，融入海报恰当位置；产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式。

④海报中的文字信息：根据背景资料提示，给新海报添加主题标语；并从背景资料中提取有关本次活动的利益点等相关信息，给新海报添加宣传文案。文字字体使用素材中“方正兰亭黑体”系列字体，并对各文字进行合适的格式和排版设置。

⑤海报中的图标元素：请使用形状工具组制作 1 种以上符合主题氛围的图标元素，给新海报添加活动氛围。

⑥海报中的引导按钮：结合活动主题，在海报中添加引导按钮，达到引导行动的效果。

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式，一个文件为“海报.psd”，一个文件为“海报.jpg”，其中“海报.jpg”文件要求在不改变图片尺寸的情况下，文件大小不超过 500KB，两个文件都存储在当前试题所在文件夹下。

（2）实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

（3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

（4）评分标准

见试题评分卡(试题 H2-17)。

试题评分卡(H2-17)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理 (2 分)，试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件 (1 分)，PSD 文件中各图层有规范的命名和分组 (2 分)。	
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求，按 0 分/5 分评分	
	海报背景设计	10分	按是否采用了题目中背景设置要求，以及背景设置美观效果给分。 按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报中产品展示	10分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点；按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报中的图标元素	10分	根据有无图标元素，以及图标元素的美观效果，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮，以及引导按钮的美观效果，按 0 分/3 分/4 分/5 分评分	
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力，按 0 分/3 分/4 分/5 分评分	
文件保存		10分	文件名正确 (2 分)、文件格式符合要求 (4 分) 文件大小符合要求 (4 分)	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

18. 试题编号：H2-18，移动商务视觉设计

（1）任务描述

【背景资料】金秋十月，又到一年丰收的季节。湖南麻阳，又称“冰糖橙之乡”，这里有无公害冰糖橙示范基地，活跃着一群可爱的“新农人”。他们践行“大众创业、万众创新”的号召，紧抓“互联网+ 农村”的机遇，进军互联网创业领域。为此需要对网店装修进行更新。现定本次活动的主题为喜迎丰收聚优惠。届时将以先领券再购物、买多少送多少等活动形式，还将设置数量有限、先到先得的秒杀、半价、免单等环节回馈广大顾客。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为此次活动制作符合主题、设计美观，主题突出，有视觉冲击力的宣传海报。

①海报尺寸：要求为 950 像素×350 像素。

②海报背景：挑选合适的背景素材图片进行图片大小、角度等调整，使用调整好的图片作为新海报的背景。

③海报中的产品展示：采用抠图方式将素材图片中的两三种产品抠出，缩放到合适比例大小，融入海报恰当位置；图片抠图要求细致，产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式，如投影效果等。

④海报中的文字信息：请从素材资料中提取“袁隆平亲笔签名”，并设置合适的样式，融入到海报主题中。从背景资料中提取 3 个以上有关本次活动的利益点，给新海报添加宣传文案。文字字体使用素材中“方正兰亭”系列字体。

⑤海报中的图标元素：请使用形状工具组制作 1 种以上符合主题氛围的图标元素，给新海报添加活动氛围。

⑥海报中的引导按钮：结合活动主题，在海报中添加引导按钮，达到引导行动的效果。

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式，一个文件为“海报.psd”，一个文件为“海报.jpg”，其中“海报.jpg”文件要求在不改变图片尺寸的情况下，文件大小不超过 500KB，两个文件都存储在当前试题所在文件夹下。

（2）实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

（3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

（4）评分标准

见试题评分卡(试题 H2-18)。

试题评分卡(H2-18)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理 (2 分)，试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件 (1 分)，PSD 文件中各图层有规范的命名和分组 (2 分)。	
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求，按 0 分/5 分评分	
	海报背景设计	10分	按是否采用了题目中背景设置要求，以及背景设置美观效果给分。 按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报中产品展示	10分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点；按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报中的图标元素	10分	根据有无图标元素，以及图标元素的美观效果，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮，以及引导按钮的美观效果，按 0 分/3 分/4 分/5 分评分	
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力，按 0 分/3 分/4 分/5 分评分	
文件保存		10分	文件名正确 (2 分)、文件格式符合要求 (4 分) 文件大小符合要求 (4 分)	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

19. 试题编号：H2-19，移动商务视觉设计

（1）任务描述

【背景资料】黄花菜又名金针菜，学名萱草，世人称之为“忘忧草”，是中国的母亲之花，祁东黄花菜种植已有 500 多年，清初已成皇室贡品，以肉质厚实、味道香甜、营养丰富、保健功能突出享誉国内外。祁东黄花菜占全国产量 70%以上，现为全国最大的黄花菜种植基地县，2002 年被评为国家“黄花菜原产地”，2015 年“祁东黄花菜”通过国家地标产品认证。每年 5 月到 7 月是祁东黄花菜的花期，盛花期长达 50 多天，祁东县西区乡镇黄花菜种植连片，绵延百里，适宜观光旅游。同时为响应李总理“大众创业、万众创新”的号召，紧抓“互联网+农村”的机遇，祁东黄花菜已进军互联网创业领域。为此需要对网店进行装修更新。现定本次活动的主题为喜迎丰收聚优惠。届时将以先领券再购物、买多少送多少等活动形式，还将设置数量有限、先到先得的秒杀、半价、免单等环节回馈广大顾客。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为此次活动制作符合主题、设计美观，主题突出，有视觉冲击力的宣传海报。

①海报尺寸：要求为 950 像素×350 像素。

②海报背景：挑选合适的背景素材图片进行图片大小、角度等调整，使用调整好的图片作为新海报的背景。

③海报中的产品展示：采用抠图方式将素材图片中的两三种产品抠出，缩放到合适比例大小，融入海报恰当位置；图片抠图要求细致，产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式，如投影效果等。

④海报中的文字信息：请从背景资料中提取 3 个以上有关本次活动的利益点，给新海报添加宣传文案。文字字体使用素材中“方正兰亭”系列字体。

⑤海报中的图标元素：请使用形状工具组制作 1 种以上符合主题氛围的图标元素，给新海报添加活动氛围。

⑥海报中的引导按钮：结合活动主题，在海报中添加引导按钮，达到引导行动的效果。

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式，一个文件为“海报.psd”，一个文件为“海报.jpg”，其中“海报.jpg”文件要求在不改变图片尺寸的情况下，文件大小不超过 500KB，两个文件都存储在当前试题所在文件夹下。

（2）实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

（3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

（4）评分标准

见试题评分卡(试题 H2-19)。

试题评分卡(H2-24)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理 (2 分)， 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件 (1 分)， PSD 文件中各图层有规范的命名和分组 (2 分)。	
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求，按 0 分/5 分评分	
	海报背景设计	10分	按是否采用了题目中背景设置要求，以及背景设置美观效果给分。 按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报中产品展示	10分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点；按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报中的图标元素	10分	根据有无图标元素，以及图标元素的美观效果，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮，以及引导按钮的美观效果，按 0 分/3 分/4 分/5 分评分	
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力，按 0 分/3 分/4 分/5 分评分	
文件保存		10分	文件名正确 (2 分)、文件格式符合要求 (4 分) 文件大小符合要求 (4 分)	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

20. 试题编号：H2-20，移动商务视觉设计

（1）任务描述

【背景素材】五一节快到了，某女包商城准备在五一节前进行一次促销活动，活动内容如下。优惠措施：买200元，送2张50元面值的优惠券，每天仅送前5名，送完为止。活动时间：4月15日—4月30日。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为此次活动制作符合主题、设计美观，主题突出，有视觉冲击力的宣传海报。

①海报尺寸：要求为 950 像素×350 像素。

②海报背景：要求根据活动背景资料主题提示，设置适当的渐变颜色；

③海报中的产品展示：采用抠图方式将模特图、产品图抠出融入海报恰当位置；图片抠图要求细致，产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式，如投影效果等；

④海报中的文字信息：根据背景资料提示，给新海报添加主题标语；并从背景资料中提取有关本次活动的利益点等相关信息，给新海报添加宣传文案。文字字体使用素材中“方正兰亭黑体”系列字体，并对各文字进行合适的格式和排版设置。

⑤海报中的图标元素：请使用形状工具组制作 1 种以上符合主题氛围的图标元素，给新海报添加活动氛围。

⑥海报中的引导按钮：结合活动主题，在海报中添加引导按钮，达到引导行动的效果。

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式，一个文件为“海报.psd”，一个文件为“海报.jpg”，其中“海报.jpg”文件要求在不改变图片尺寸的情况下，文件大小不超过 500KB，两个文件都存储在当前试题所在文件夹下。

（2）实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

（3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

（4）评分标准

见试题评分卡(试题 H2-20)。

试题评分卡(H2-20)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理 (2 分)，试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件 (1 分)，PSD 文件中各图层有规范的命名和分组 (2 分)。	
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求，按 0 分/5 分评分	
	海报背景设计	10分	按是否采用了题目中背景设置要求，以及背景设置美观效果给分。 按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报中产品展示	10分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点；按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报中的图标元素	10分	根据有无图标元素，以及图标元素的美观效果，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮，以及引导按钮的美观效果，按 0 分/3 分/4 分/5 分评分	
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果，按 0 分/4 分/6 分/8 分/10 分评分	
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力，按 0 分/3 分/4 分/5 分评分	
文件保存		10分	文件名正确 (2 分)、文件格式符合要求 (4 分) 文件大小符合要求 (4 分)	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

21. 试题编号：H2-21，移动商务视觉设计

（1）任务描述

“盼盼虎母婴店”是一家以销售时母婴服装的老牌天猫店。近期，公司决定上架一款2016夏季新款萌趣、清凉彩底熊连体衣，为此急需制作新产品的详情页面。

请根据文件夹中提供的图片素材和“文档信息.doc”，按照下面制作要求，为此款宝贝制作一个版面布局合理、商品特点及卖点突出、商品细节与相关参数齐全的宝贝详情描述页。

①详情页尺寸：宽度为750像素，高度根据需要自定义，分辨率为72像素/英寸。

②详情页各模块（产品卖点、说明、细节、评价及服务）的标识制作：使用形状/钢笔等工具绘制5张及5张以上模块图标，并添加相关文字。设置合理的详情模块标识，引导顾客浏览产品各模块的详情信息。

③产品卖点的展示：详情页中要求有5张以上的产品卖点展示图，并且排版采用3种以上不同图文混排方式。在该产品图中加入适当的促销为目的宣传用语，或者加入产品卖点、特点的文字信息。

④产品说明的展示：要求根据产品“文档信息.doc”提供的相关产品的参数、尺寸等相关信息，用图文混排方式设计产品说明信息，用表格方式设计尺码规格，简洁直观、美观大方。

⑤产品细节的展示：根据产品“文档信息.doc”提供中的产品卖点，并结合素材图片中的相关图片，进行细节图的展示设计，要求图文混排、简洁直观、美观大方。

⑥服务质量等信息的展示：根据“文档信息.doc”中提供的相关资料及提供素材图片，进行设计制作，要求美观大方。

⑦文件保存：将制作好的宝贝详情描述页储存为“详情页.PSD”，使用切片工具将宝贝详情描述页按模块进行切片，并将切片后的宝贝详情描述页各个模块全部以“.JPG”格式储存到当前文件夹中的一个子文件夹中，并将此子文件夹命名为“切片”。

（2）实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

（3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

（4）评分标准

见试题评分卡(试题 H2-21)。

试题评分卡(H2-21)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求, 按0分/3分评分	
	模块标识设计	16分	根据详情页中模块标识图标制作, 设置的合理, 引导性的明确, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页模块标识图标少于2个, 且设置呆板生硬, (0-5分) (2) 详情页模块标识图标3个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (6-8分) (3) 详情页模块标识图标4个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (9-12分) (4) 详情页模块标识图标达到5个及以上, 且设置合理、引导性较强, 有较好的引导促销效果, (13-16分)	
	产品卖点展示	16分	根据详情页中各卖点展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页中卖点展示图少于3张, 且排版单一(0-5分) (2) 详情页中卖点展示图多于3张少于5张, 且排版样式达到2种, (6-8分) (3) 详情页中卖点展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, (9-12分) (4) 详情页中卖点展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, 且在展示中有相关文字或标注的衬托设计, (13-16分)	
	产品说明展示	16分	图文混排设计(4分), 表格设计(4分); 文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)	
	产品细节展示	15分	卖点展示与图片是否有机结合(5分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方(5分), 以及设计中是否通过图标元素的应用达到简洁直观呈现(5分), 每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分评分	
	服务质量等信息的设计	10分	详情页中有服务质量等相关信息的设计(5分) 相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0/2/3/4/5分档评分)	
	详情页整体布局 and 美观	10分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	文件保存	9分	文件名和格式正确(3分)、切片规范合理性(4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)	
	合计	100分		

试题评阅人签名_____

22. 试题编号：H2-22，移动商务视觉设计

（1）任务描述

“KOF0—世纪风”是一家以销售品牌运动休闲鞋的网店。网店将于最近推出一款男士运动休闲鞋，请为其制作该新产品的详情页面。

请根据文件夹中提供的图片素材和“文档信息.doc”，按照下面制作要求，为此款宝贝制作一个版面布局合理、商品特点及卖点突出、商品细节与相关参数齐全的宝贝详情描述页。

①详情页尺寸：宽度为750像素，高度根据需要自定义，分辨率为72像素/英寸。

②产品展示图设计：详情页中要求至少有一张采用图文混排方式设计的产品展示图。在该产品图中加入适当的促销为目的宣传用语，或者加入产品典型特点的文字信息。

③产品说明设计（颜色、规格、尺寸及试穿等相关信息）：要求根据产品“文档信息.doc”提供的相关产品的说明和尺码的规格，用图文混排方式设计产品说明信息，用表格方式设计尺码规格，简洁直观、美观大方。

④产品细节图设计：根据产品“文档信息.doc”提供中的产品卖点，并结合素材图片中的相关图片，进行细节图的展示设计，要求图文混排、简洁直观、美观大方。

⑤模特展示的设计。根据提供素材图片进行模特展示设计，要求展示合理，排版美观，排版设计中用到至少3种排列方式，要求制作不少于5张图片。

⑥服务质量等信息的设计：根据“文档信息.doc”中提供的相关资料，进行设计制作，要求美观大方。

⑦文件保存：将制作好的宝贝详情描述页储存为“详情页.PSD”，使用切片工具将宝贝详情描述页按模块进行切片，并将切片后的宝贝详情描述页各个模块全部以“.JPG”格式储存到当前文件夹中的一个子文件夹中，并将此子文件夹命名为“切片”。

（2）实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8操作系统，Office2010版本以上，Photoshop工具软件（CS6.0）

（3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

（4）评分标准

见试题评分卡（试题H2-22）

试题评分卡(H2-22)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求, 按0分/3分评分	
	产品展示图设计	16分	按是否采用了图文混排(3分), 展示图中有无促销宣传用语(3分)有无典型特点风格描述(3分), 整体设计的美观大气效果给分(按0分/3分/5分/7分评分)	
	产品说明设计	16分	产品说明设计(4分), 尺码规格设计(4分); 文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)	
	产品细节图设计	15分	卖点展示与图片是否有机结合(5分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方(5分), 以及设计中是否通过图标元素的应用达到简洁直观呈现(5分), 每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分评分	
	模特展示设计	16分	根据详情页中各模特展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页中模特展示图设计少于3张, 且排版单一(0-5分) (2) 详情页中模特展示图多于3张少于5张, 且排版样式达到2种, (6-8分) (3) 详情页中模特展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, (9-12分) (4) 详情页中模特展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, 且在展示中有相关文字或标注的衬托设计, (13-16分)	
	服务质量等信息的设计	10分	详情页中有服务质量等相关信息的设计(5分) 相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0/2/3/4/5分档评分)	
	详情页整体布局 and 美观	10分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	文件保存	9分	文件名和格式正确(3分)、切片规范合理性(4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

23. 试题编号：H2-23，移动商务视觉设计

（1）任务描述

“恋上衣辈子”是一家以销售时尚品牌女装的网店。近期，公司决定上架一款时尚潮流、舒适棉麻面料的女外套，为此急需制作新产品的详情页面。

请根据文件夹中提供的图片素材和“文档信息.doc”，按照下面制作要求，为此款宝贝制作一个版面布局合理、商品特点及卖点突出、商品细节与相关参数齐全的宝贝详情描述页。

①详情页尺寸：宽度为750 像素，高度根据需要自定义，分辨率为72像素/英寸。

②产品展示图设计：详情页中要求制作一张采用图文混排方式设计的产品展示图。在该产品图中加入适当的促销为目的宣传用语，或者加入产品典型特点的文字信息。

③产品说明设计（颜色、规格、尺寸及试穿等相关信息）：要求根据产品“文档信息.doc”提供的相关产品的说明和尺码的规格，用图文混排方式设计产品说明信息，用表格方式设计尺码规格，简洁直观、美观大方。

④产品细节图设计：根据产品“文档信息.doc”提供中的产品卖点，并结合素材图片中的相关图片，进行细节图的展示设计，要求图文混排，简洁直观、美观大方。

⑤模特展示的设计。根据提供素材图片进行模特展示设计，要求展示合理、排版美观，排版设计中至少用到3种排列方式，模特展示图不少于5张。

⑥服务质量等信息的设计：根据“文档信息.doc”中提供的相关资料，进行设计制作，要求美观大方。

⑦文件保存：将制作好的宝贝详情描述页储存为“详情页.PSD”，使用切片工具将宝贝详情描述页按模块进行切片，并将切片后的宝贝详情描述页各个模块全部以“.JPG”格式存储到当前文件夹中的一个子文件夹中，并将此子文件夹命名为“切片”。

（2）实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8操作系统，Office2010版本，Photoshop工具软件（CS6.0）

（3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

（4）评分标准

见试题评分卡（试题H2-23）

试题评分卡 (H2-23)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求, 按0分/3分评分	
	产品展示图设计	16分	按是否采用了图文混排(3分), 展示图中有无促销宣传用语(3分)有无典型特点风格描述(3分), 整体设计的美观大气效果给分(按0分/3分/5分/7分评分)	
	产品说明设计	16分	产品说明设计(4分), 尺码规格设计(4分); 文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)	
	产品细节图设计	15分	卖点展示与图片是否有机结合(5分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方(5分), 以及设计中是否通过图标元素的应用达到简洁直观呈现(5分), 每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分评分	
	模特展示设计	16分	根据详情页中各模特展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页中模特展示图设计少于3张, 且排版单一(0-5分) (2) 详情页中模特展示图多于3张少于5张, 且排版样式达到2种, (6-8分) (3) 详情页中模特展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, (9-12分) (4) 详情页中模特展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, 且在展示中有相关文字或标注的衬托设计, (13-16分)	
	服务质量等信息的设计	10分	详情页中有服务质量等相关信息的设计(5分) 相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0/2/3/4/5分档评分)	
	详情页整体布局 and 美观	10分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	文件保存	9分	文件名和格式正确(3分)、切片规范合理性(4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

24. 试题编号：H2-24，移动商务视觉设计

（1）任务描述

“顺和男装店”是一家以销售时尚男装的老牌网店。近期，公司决定上架一款2020夏季新款高端大气、修身百搭的休闲裤，为此急需制作新产品的详情页面。

请根据文件夹中提供的图片素材和“文档信息.doc”，按照下面制作要求，为此款宝贝制作一个版面布局合理、商品特点及卖点突出、商品细节与相关参数齐全的宝贝详情描述页。

①详情页尺寸：宽度为750像素，高度根据需要自定义，分辨率为72像素/英寸。

②产品展示图设计：详情页中要求至少有一张采用图文混排方式设计的产品展示图。在该产品图中加入适当的促销为目的宣传用语，或者加入产品典型特点的文字信息。

③产品说明设计（颜色、规格、尺寸及试穿等相关信息）：要求根据产品“文档信息.doc”提供的相关产品的说明和尺码的规格，用图文混排方式设计产品说明信息，用表格方式设计尺码规格，简洁直观、美观大方。

④产品细节图设计：根据产品“文档信息.doc”提供中的产品卖点，并结合素材图片中的相关图片，进行细节图的展示设计，要求图文混排、图标标示、简洁直观、美观大方。

⑤模特展示的设计。根据提供素材图片进行模特展示设计，要求展示合理，排版美观，排版设计中用到至少3种排列方式，要求制作不少于5张图片。

⑥服务质量等信息的设计：根据“文档信息.doc”中提供的相关资料，进行本模块的设计制作，要求美观大方。

⑦文件保存：将制作好的宝贝详情描述页储存为“详情页.PSD”，使用切片工具将宝贝详情描述页按模块进行切片，并将切片后的宝贝详情描述页各个模块全部以“.JPG”格式储存到当前文件夹中的一个子文件夹中，并将此子文件夹命名为“切片”。

（2）实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8操作系统，Office2010版本以上，Photoshop CS6.0

（3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

（4）评分标准

见试题评分卡（试题H2-24）

试题评分卡 (H2-24)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求, 按0分/3分评分	
	产品展示图设计	16分	按是否采用了图文混排(3分), 展示图中有无促销宣传用语(3分)有无典型特点风格描述(3分), 整体设计的美观大气效果给分(按0分/3分/5分/7分评分)	
	产品说明设计	16分	产品说明设计(4分), 尺码规格设计(4分); 文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)	
	产品细节图设计	15分	卖点展示与图片是否有机结合(5分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方(5分), 以及设计中是否通过图标元素的应用达到简洁直观呈现(5分), 每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分评分	
	模特展示设计	16分	根据详情页中各模特展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页中模特展示图设计少于3张, 且排版单一(0-5分) (2) 详情页中模特展示图多于3张少于5张, 且排版样式达到2种, (6-8分) (3) 详情页中模特展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, (9-12分) (4) 详情页中模特展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, 且在展示中有相关文字或标注的衬托设计, (13-16分)	
	服务质量等信息的设计	10分	详情页中有服务质量等相关信息的设计(5分) 相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0/2/3/4/5分档评分)	
	详情页整体布局 and 美观	10分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	文件保存	9分	文件名和格式正确(3分)、切片规范合理性(4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

25. 试题编号：H2-25，移动商务视觉设计

（1）任务描述

“嗨耳数码”是一家网络商城的耳机销售专营店，该店近期需要上架一款紧凑型折叠设计轻便舒适的国际品牌时尚耳机。为此急需制作新产品的详情页面。

请根据文件夹中提供的图片素材和“文档信息.doc”，按照下面制作要求，为此款宝贝制作一个版面布局合理、商品特点及卖点突出、商品细节与相关参数齐全的宝贝详情描述页。

①详情页尺寸：宽度为790像素，高度根据需要自定义，分辨率为100像素/英寸。

②详情页各模块（产品卖点、说明、细节、评价及服务）的标识制作：使用形状/钢笔等工具绘制5张及5张以上的模块图标，并添加相关文字。设置合理的详情模块标识，引导顾客浏览产品各模块的详情信息。

③产品卖点的展示：详情页中要求有5张以上的产品卖点展示图，并且排版采用3种以上不同图文混排方式。根据产品“文档信息.doc”提供的相关内容在该产品图中加入适当的促销为目的宣传用语，或者加入产品卖点、特点的文字信息。

④产品说明的展示：要求根据产品“文档信息.doc”提供的相关产品的品牌、型号、颜色、佩戴方式等说明信息，在详情页中进行相关内容的展示设计。

⑤产品细节的展示：根据产品“文档信息.doc”提供中的产品卖点，并结合素材图片中的相关图片，进行细节图的展示设计，要求图文混排，简洁直观、美观大方。

⑥评价、服务质量等信息的展示：根据“文档信息.doc”中提供的相关资料及提供素材图片，进行设计制作，要求美观大方。

⑦文件保存：将制作好的宝贝详情描述页储存为“详情页.PSD”，使用切片工具将宝贝详情描述页按模块进行切片，并将切片后的宝贝详情描述页各个模块全部以“.JPG”格式储存到当前文件夹中的一个子文件夹中，并将此子文件夹命名为“切片”。

（2）实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8操作系统，Office2010版本，Photoshop CS6.0

（3）考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

（4）评分标准：

见试题评分卡（试题H2-25）

试题评分卡(H2-25)

评价内容		配分	评分标准	考核得分
职业素养 (5分)		5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求, 按0分/3分评分	
	模块标识设计	16分	根据详情页中模块标识图标制作, 设置的合理, 引导性的明确, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页模块标识图标少于2个, 且设置呆板生硬, (0-5分) (2) 详情页模块标识图标3个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (6-8分) (3) 详情页模块标识图标4个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (9-12分) (4) 详情页模块标识图标达到5个及以上, 且设置合理、引导性较强, 有较好的引导促销效果, (13-16分)	
	产品卖点展示	16分	根据详情页中各卖点展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页中卖点展示图少于3张, 且排版单一(0-5分) (2) 详情页中卖点展示图多于3张少于5张, 且排版样式达到2种, (6-8分) (3) 详情页中卖点展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, (9-12分) (4) 详情页中卖点展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, 且在展示中有相关文字或标注的衬托设计, (13-16分)	
	产品说明展示	16分	图文混排设计(4分), 表格设计(4分); 文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)	
	产品细节展示	15分	卖点展示与图片是否有机结合(5分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方(5分), 以及设计中是否通过图标元素的应用达到简洁直观呈现(5分), 每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分评分	
	服务质量等信息的设计	10分	详情页中有服务质量等相关信息的设计(5分) 相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0/2/3/4/5分档评分)	
	详情页整体布局和美观	10分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	文件保存	9分	文件名和格式正确(3分)、切片规范合理性(4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

模块三 移动商务运营

1. 试题编号：H3-1，移动商务运营

(1) 任务描述

请利用奥派微信营销实训平台以及素材完成家纺类企业的公众号的基础任务搭建。

- 1) 根据公众号自行定位：设计符合企业定位的公众号头像、名称以及公众号功能的相关描述，要求与行业相关，并且容易识别。
- 2) 关注时自动回复：设计友好、有趣的自动回复，给用户的初次关注留下较好的印象。
- 3) 文本回复：设置关键字文本回复“你好”，并设置为包含匹配，回复内容设置为“亲，很高兴认识你，请问什么可以帮到您？”
- 4) 设置两类图文回复，分为促销类与新品推广类。
- 5) 促销类图文回复，主题必须结合6.18、双11、年货节等相关电商节庆，设计1篇相关的主题文章，要求文章内容采用图文结合的方式，标题凸显新意和创意，包含电商节庆相关活动信息和元素，建议关键词包含“双11”、“6.18”等相关电商节日。
- 6) 新品推广类图文回复，新品推广文案有卖点提炼，有价格，并配一张图。（有卖点1点以上即可给分，卖点必须罗列在图片上，图片上有价格显示。文字必须在200字以内。）
- 7) 3G相册：上传10张以上图片至3G相册，并附带相册简单介绍。
- 8) 底部导航菜单设置：设计符合用户浏览偏好的底部导航菜单，为用户提供方便快捷的入口，包含一级菜单、二级菜单。菜单必须包含“微商城”、“会员积分”、“客服咨询”。

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，HyperSnap6.0 截图工具软件、谷歌浏览器

场地：详见服务器平台（地址：<http://10.0.62.99/allpasschat>）

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-1)

试题评分卡(试题 H3-1)

评价内容		配分	评分细则	考核得分
职业素养 (10分)		10分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。记 5 分/8 分/10 分	
工作任务 (90分)	公众号设置	10分	是否有企业名称，尺寸是否120*120。是否有企业功能介绍。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	关注自动回复	5分	关注时的自动回复，50字以内。 按语言的亲和度以及通顺度与关键字给予评分 按0分/1分/2分/3分/4分/5分评分	
	文本回复	5分	设置关键字文本回复“你好”，并设置为包含匹配，回复内容设置为“亲，很高兴认识你，请问什么可以帮到您？” 按0分/1分/2分/3分/4分/5分评分	
	图文回复	5分	添加两类图文回复：1、促销类 2、新品推广类 添加分类符合要求得满分，只添加一类得2分	
		20分	促销类文案：按标题能表达促销主题，全篇字数150以内，必须突出“双十一”或者“双十二”或“618”（买一送一或限时五折或五倍积分） 图片主题突出。 按0分/5分/10分/15分/20分评分	
		20分	新品推广文案 有卖点提炼，有价格。配一张图。 有卖点1点以上即可给分，卖点必须罗列在图片上。 图片上有价格显示。 文字必须在200字内。 按0分/5分/10分/15分/20分评分	
	3G相册	5分	图片是否有上传	
底部菜单的搭建		20分	添加底部菜单，包含一级菜单、二级菜单。菜单必须包含“微商城”“会员积分”“客服咨询” 按0分/5分/10分/15/20分评分	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

2. 试题编号：H3-2，移动商务运营

(1) 任务描述

请利用奥派微信营销实训平台以及素材完成食品企业的公众号的基础任务搭建。

- 1) 根据公众号自行定位：设计符合企业定位的公众号头像、名称以及公众号功能的相关描述，要求与行业相关，并且容易识别。
- 2) 关注时自动回复：设计友好、有趣的自动回复，给用户的初次关注留下较好的印象。
- 3) 文本回复：设置关键字文本回复“你好”，并设置为包含匹配，回复内容设置为“亲，很高兴认识你，请问什么可以帮到您？”
- 4) 设置两类图文回复，分为促销类与新品推广类。
- 5) 促销类图文回复，主题必须结合6.18、双11、年货节等相关电商节庆，设计1篇相关的主题文章，要求文章内容采用图文结合的方式，标题凸显新意和创意，包含电商节庆相关活动信息和元素，建议关键词包含“双11”、“6.18”等相关电商节日。
- 6) 新品推广类图文回复，新品推广文案有卖点提炼，有价格，并配一张图。（有卖点1点以上即可给分，卖点必须罗列在图片上，图片上有价格显示。文字必须在200字以内。）
- 7) 3G相册：上传10张以上图片至3G相册，并附带相册简单介绍。
- 8) 底部导航菜单设置：设计符合用户浏览偏好的底部导航菜单，为用户提供方便快捷的入口，包含一级菜单、二级菜单。菜单必须包含“微商城”、“会员积分”、“客服咨询”。

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，HyperSnap6.0 截图工具软件、谷歌浏览器

场地：详见服务器平台（地址：<http://10.0.62.99/allpasschat>）

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡（试题 H3-2）

试题评分卡(试题 H3-2)

评价内容		配分	评分细则	考核得分
职业素养 (10分)		10分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。记 3 分/3 分/4 分	
工作任务 (90分)	公众号设置	10分	是否有企业名称，尺寸是否120*120。是否有企业功能介绍。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	关注自动回复	5分	关注时的自动回复，50字以内。 按语言的亲和度以及通顺度与关键字给予评分 按0分/1分/2分/3分/4分/5分评分	
	文本回复	5分	设置关键字文本回复“你好”，并设置为包含匹配，回复内容设置为“亲，很高兴认识你，请问什么可以帮到您？” 按0分/1分/2分/3分/4分/5分评分	
	图文回复	5分	添加两类图文回复：1、促销类 2、新品推广类 添加分类符合要求得满分，只添加一类得2分	
		20分	促销类文案：按标题能表达促销主题，全篇字数150以内，必须突出“双十一”或者“双十二”或“618”（买一送一或限时五折或五倍积分） 图片主题突出。 按0分/5分/10分/15分/20分评分	
		20分	新品推广文案 有卖点提炼，有价格。配一张图。 有卖点1点以上即可给分，卖点必须罗列在图片上。 图片上有价格显示。 文字必须在200字内。 按0分/5分/10分/15分/20分评分	
	3G相册	5分	图片是否有上传	
底部菜单的搭建		20分	添加底部菜单，包含一级菜单、二级菜单。菜单必须包含“微商城”“会员积分”“客服咨询” 按0分/5分/10分/15/20分评分	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

3. 试题编号：H3-3，移动商务运营

(1) 任务描述

请利用奥派微信营销实训平台以及素材完成家电企业的公众号的基础任务搭建。

- 1) 根据公众号自行定位：设计符合企业定位的公众号头像、名称以及公众号功能的相关描述，要求与行业相关，并且容易识别。
- 2) 关注时自动回复：设计友好、有趣的自动回复，给用户的初次关注留下较好的印象。
- 3) 文本回复：设置关键字文本回复“你好”，并设置为包含匹配，回复内容设置为“亲，很高兴认识你，请问什么可以帮到您？”
- 4) 设置两类图文回复，分为促销类与新品推广类。
- 5) 促销类图文回复，主题必须结合6.18、双11、年货节等相关电商节庆，设计1篇相关的主题文章，要求文章内容采用图文结合的方式，标题凸显新意和创意，包含电商节庆相关活动信息和元素，建议关键词包含“双11”、“6.18”等相关电商节日。
- 6) 新品推广类图文回复，新品推广文案有卖点提炼，有价格，并配一张图。（有卖点1点以上即可给分，卖点必须罗列在图片上，图片上有价格显示。文字必须在200字以内。）
- 7) 3G相册：上传10张以上图片至3G相册，并附带相册简单介绍。
- 8) 底部导航菜单设置：设计符合用户浏览偏好的底部导航菜单，为用户提供方便快捷的入口，包含一级菜单、二级菜单。菜单必须包含“微商城”、“会员积分”、“客服咨询”。

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，HyperSnap6.0 截图工具软件、谷歌浏览器

场地：详见服务器平台（地址：<http://10.0.62.99/allpasschat>）

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-3)

试题评分卡(试题 H3-3)

评价内容		配分	评分细则	考核得分
职业素养 (10分)		10分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。记 3 分/3 分/4 分	
工作任务 (90分)	公众号设置	10分	是否有企业名称, 尺寸是否120*120。是否有企业功能介绍。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	关注自动回复	5分	关注时的自动回复, 50字以内。 按语言的亲和度以及通顺度与关键字给予评分 按0分/1分/2分/3分/4分/5分评分	
	文本回复	5分	设置关键字文本回复“你好”, 并设置为包含匹配, 回复内容设置为“亲, 很高兴认识你, 请问什么可以帮到您?” 按0分/1分/2分/3分/4分/5分评分	
	图文回复	5分	添加两类图文回复: 1、促销类 2、新品推广类 添加分类符合要求得满分, 只添加一类得2分	
		20分	促销类文案: 按标题能表达促销主题, 全篇字数150以内, 必须突出“双十一”或者“双十二”或“618”(买一送一或限时五折或五倍积分) 图片主题突出。 按0分/5分/10分/15分/20分评分	
		20分	新品推广文案 有卖点提炼, 有价格。配一张图。 有卖点1点以上即可给分, 卖点必须罗列在图片上。 图片上有价格显示。 文字必须在200字内。 按0分/5分/10分/15分/20分评分	
	3G相册	5分	图片是否有上传	
底部菜单的搭建		20分	添加底部菜单, 包含一级菜单、二级菜单。菜单必须包含“微商城”“会员积分”“客服咨询” 按0分/5分/10分/15/20分评分	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

4. 试题编号：H3-4，移动商务运营

(1) 任务描述

请利用奥派微信营销实训平台以及素材完成数码企业的公众号的基础任务搭建。

- 1) 根据公众号自行定位：设计符合企业定位的公众号头像、名称以及公众号功能的相关描述，要求与行业相关，并且容易识别。
- 2) 关注时自动回复：设计友好、有趣的自动回复，给用户的初次关注留下较好的印象。
- 3) 文本回复：设置关键字文本回复“你好”，并设置为包含匹配，回复内容设置为“亲，很高兴认识你，请问什么可以帮到您？”
- 4) 设置两类图文回复，分为促销类与新品推广类。
- 5) 促销类图文回复，主题必须结合6.18、双11、年货节等相关电商节庆，设计1篇相关的主题文章，要求文章内容采用图文结合的方式，标题凸显新意和创意，包含电商节庆相关活动信息和元素，建议关键词包含“双11”、“6.18”等相关电商节日。
- 6) 新品推广类图文回复，新品推广文案有卖点提炼，有价格，并配一张图。（有卖点1点以上即可给分，卖点必须罗列在图片上，图片上有价格显示。文字必须在200字以内。）
- 7) 3G相册：上传10张以上图片至3G相册，并附带相册简单介绍。
- 8) 底部导航菜单设置：设计符合用户浏览偏好的底部导航菜单，为用户提供方便快捷的入口，包含一级菜单、二级菜单。菜单必须包含“微商城”、“会员积分”、“客服咨询”。

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，HyperSnap6.0 截图工具软件、谷歌浏览器

场地：详见服务器平台（地址：<http://10.0.62.99/allpasschat>）

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-4)

试题评分卡(试题 H3-4)

评价内容		配分	评分细则	考核得分
职业素养 (10分)		10分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。记 3 分/3 分/4 分	
工作任务 (90分)	公众号设置	10分	是否有企业名称，尺寸是否120*120。是否有企业功能介绍。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	关注自动回复	5分	关注时的自动回复，50字以内。 按语言的亲和度以及通顺度与关键字给予评分 按0分/1分/2分/3分/4分/5分评分	
	文本回复	5分	设置关键字文本回复“你好”，并设置为包含匹配，回复内容设置为“亲，很高兴认识你，请问什么可以帮到您？” 按0分/1分/2分/3分/4分/5分评分	
	图文回复	5分	添加两类图文回复：1、促销类 2、新品推广类 添加分类符合要求得满分，只添加一类得2分	
		20分	促销类文案：按标题能表达促销主题，全篇字数150以内，必须突出“双十一”或者“双十二”或“618”（买一送一或限时五折或五倍积分） 图片主题突出。 按0分/5分/10分/15分/20分评分	
		20分	新品推广文案 有卖点提炼，有价格。配一张图。 有卖点1点以上即可给分，卖点必须罗列在图片上。 图片上有价格显示。 文字必须在200字内。 按0分/5分/10分/15分/20分评分	
	3G相册	5分	图片是否有上传	
底部菜单的搭建		20分	添加底部菜单，包含一级菜单、二级菜单。菜单必须包含“微商城”“会员积分”“客服咨询” 按0分/5分/10分/15/20分评分	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

5. 试题编号：H3-5，移动商务运营

(1) 任务描述

请利用奥派微信营销实训平台以及素材完成女装企业的公众号的基础任务搭建。

- 1) 根据公众号自行定位：设计符合企业定位的公众号头像、名称以及公众号功能的相关描述，要求与行业相关，并且容易识别。
- 2) 关注时自动回复：设计友好、有趣的自动回复，给用户的初次关注留下较好的印象。
- 3) 文本回复：设置关键字文本回复“你好”，并设置为包含匹配，回复内容设置为“亲，很高兴认识你，请问什么可以帮到您？”
- 4) 设置两类图文回复，分为促销类与新品推广类。
- 5) 促销类图文回复，主题必须结合6.18、双11、年货节等相关电商节庆，设计1篇相关的主题文章，要求文章内容采用图文结合的方式，标题凸显新意和创意，包含电商节庆相关活动信息和元素，建议关键词包含“双11”、“6.18”等相关电商节日。
- 6) 新品推广类图文回复，新品推广文案有卖点提炼，有价格，并配一张图。（有卖点1点以上即可给分，卖点必须罗列在图片上，图片上有价格显示。文字必须在200字以内。）
- 7) 3G相册：上传10张以上图片至3G相册，并附带相册简单介绍。
- 8) 底部导航菜单设置：设计符合用户浏览偏好的底部导航菜单，为用户提供方便快捷的入口，包含一级菜单、二级菜单。菜单必须包含“微商城”、“会员积分”、“客服咨询”。

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，HyperSnap6.0 截图工具软件、谷歌浏览器

场地：详见服务器平台（地址：<http://10.0.62.99/allpasschat>）

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-5)

试题评分卡(试题 H3-5)

评价内容		配分	评分细则	考核得分
职业素养 (10分)		10分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。记 3 分/3 分/4 分	
工作任务 (90分)	公众号设置	10分	是否有企业名称, 尺寸是否120*120。是否有企业功能介绍。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	关注自动回复	5分	关注时的自动回复, 50字以内。 按语言的亲和度以及通顺度与关键字给予评分 按0分/1分/2分/3分/4分/5分评分	
	文本回复	5分	设置关键字文本回复“你好”, 并设置为包含匹配, 回复内容设置为“亲, 很高兴认识你, 请问什么可以帮到您?” 按0分/1分/2分/3分/4分/5分评分	
	图文回复	5分	添加两类图文回复: 1、促销类 2、新品推广类 添加分类符合要求得满分, 只添加一类得2分	
		20分	促销类文案: 按标题能表达促销主题, 全篇字数150以内, 必须突出“双十一”或者“双十二”或“618”(买一送一或限时五折或五倍积分) 图片主题突出。 按0分/5分/10分/15分/20分评分	
		20分	新品推广文案 有卖点提炼, 有价格。配一张图。 有卖点1点以上即可给分, 卖点必须罗列在图片上。 图片上有价格显示。 文字必须在200字内。 按0分/5分/10分/15分/20分评分	
	3G相册	5分	图片是否有上传	
底部菜单的搭建		20分	添加底部菜单, 包含一级菜单、二级菜单。菜单必须包含“微商城”“会员积分”“客服咨询” 按0分/5分/10分/15/20分评分	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

6. 试题编号：H3-6，移动商务运营

(1) 任务描述

请利用奥派微信营销实训平台以及素材完成鞋类企业的公众号的基础任务搭建。

- 1) 根据公众号自行定位：设计符合企业定位的公众号头像、名称以及公众号功能的相关描述，要求与行业相关，并且容易识别。
- 2) 关注时自动回复：设计友好、有趣的自动回复，给用户的初次关注留下较好的印象。
- 3) 文本回复：设置关键字文本回复“你好”，并设置为包含匹配，回复内容设置为“亲，很高兴认识你，请问什么可以帮到您？”
- 4) 设置两类图文回复，分为促销类与新品推广类。
- 5) 促销类图文回复，主题必须结合6.18、双11、年货节等相关电商节庆，设计1篇相关的主题文章，要求文章内容采用图文结合的方式，标题凸显新意和创意，包含电商节庆相关活动信息和元素，建议关键词包含“双11”、“6.18”等相关电商节日。
- 6) 新品推广类图文回复，新品推广文案有卖点提炼，有价格，并配一张图。（有卖点1点以上即可给分，卖点必须罗列在图片上，图片上有价格显示。文字必须在200字以内。）
- 7) 3G相册：上传10张以上图片至3G相册，并附带相册简单介绍。
- 8) 底部导航菜单设置：设计符合用户浏览偏好的底部导航菜单，为用户提供方便快捷的入口，包含一级菜单、二级菜单。菜单必须包含“微商城”、“会员积分”、“客服咨询”。

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，HyperSnap6.0 截图工具软件、谷歌浏览器

场地：详见服务器平台（地址：<http://10.0.62.99/allpasschat>）

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-6)

试题评分卡(试题 H3-6)

评价内容		配分	评分细则	考核得分
职业素养 (10分)		10分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。记 3 分/3 分/4 分	
工作任务 (90分)	公众号设置	10分	是否有企业名称, 尺寸是否120*120。是否有企业功能介绍。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	关注自动回复	5分	关注时的自动回复, 50字以内。 按语言的亲和度以及通顺度与关键字给予评分 按0分/1分/2分/3分/4分/5分评分	
	文本回复	5分	设置关键字文本回复“你好”, 并设置为包含匹配, 回复内容设置为“亲, 很高兴认识你, 请问什么可以帮到您?” 按0分/1分/2分/3分/4分/5分评分	
	图文回复	5分	添加两类图文回复: 1、促销类 2、新品推广类 添加分类符合要求得满分, 只添加一类得2分	
		20分	促销类文案: 按标题能表达促销主题, 全篇字数150以内, 必须突出“双十一”或者“双十二”或“618”(买一送一或限时五折或五倍积分) 图片主题突出。 按0分/5分/10分/15分/20分评分	
		20分	新品推广文案 有卖点提炼, 有价格。配一张图。 有卖点1点以上即可给分, 卖点必须罗列在图片上。 图片上有价格显示。 文字必须在200字内。 按0分/5分/10分/15分/20分评分	
	3G相册	5分	图片是否有上传	
	底部菜单的搭建	20分	添加底部菜单, 包含一级菜单、二级菜单。菜单必须包含“微商城”“会员积分”“客服咨询” 按0分/5分/10分/15/20分评分	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

7. 试题编号：H3-7，移动商务运营

(1) 任务描述

请利用奥派微信营销实训平台以及素材完成箱包类企业的公众号的基础任务搭建。

- 1) 根据公众号自行定位：设计符合企业定位的公众号头像、名称以及公众号功能的相关描述，要求与行业相关，并且容易识别。
- 2) 关注时自动回复：设计友好、有趣的自动回复，给用户的初次关注留下较好的印象。
- 3) 文本回复：设置关键字文本回复“你好”，并设置为包含匹配，回复内容设置为“亲，很高兴认识你，请问什么可以帮到您？”
- 4) 设置两类图文回复，分为促销类与新品推广类。
- 5) 促销类图文回复，主题必须结合6.18、双11、年货节等相关电商节庆，设计1篇相关的主题文章，要求文章内容采用图文结合的方式，标题凸显新意和创意，包含电商节庆相关活动信息和元素，建议关键词包含“双11”、“6.18”等相关电商节日。
- 6) 新品推广类图文回复，新品推广文案有卖点提炼，有价格，并配一张图。（有卖点1点以上即可给分，卖点必须罗列在图片上，图片上有价格显示。文字必须在200字以内。）
- 7) 3G相册：上传10张以上图片至3G相册，并附带相册简单介绍。
- 8) 底部导航菜单设置：设计符合用户浏览偏好的底部导航菜单，为用户提供方便快捷的入口，包含一级菜单、二级菜单。菜单必须包含“微商城”、“会员积分”、“客服咨询”。

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，HyperSnap6.0 截图工具软件、谷歌浏览器

场地：详见服务器平台（地址：<http://10.0.62.99/allpasschat>）

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡（试题 H3-7）

试题评分卡(试题 H3-7)

评价内容		配分	评分细则	考核得分
职业素养 (10分)		10分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。记 3 分/3 分/4 分	
工作任务 (90分)	公众号设置	10分	是否有企业名称，尺寸是否120*120。是否有企业功能介绍。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	关注自动回复	5分	关注时的自动回复，50字以内。 按语言的亲和度以及通顺度与关键字给予评分 按0分/1分/2分/3分/4分/5分评分	
	文本回复	5分	设置关键字文本回复“你好”，并设置为包含匹配，回复内容设置为“亲，很高兴认识你，请问什么可以帮到您？” 按0分/1分/2分/3分/4分/5分评分	
	图文回复	5分	添加两类图文回复：1、促销类 2、新品推广类 添加分类符合要求得满分，只添加一类得2分	
		20分	促销类文案：按标题能表达促销主题，全篇字数150以内，必须突出“双十一”或者“双十二”或“618”（买一送一或限时五折或五倍积分） 图片主题突出。 按0分/5分/10分/15分/20分评分	
		20分	新品推广文案 有卖点提炼，有价格。配一张图。 有卖点1点以上即可给分，卖点必须罗列在图片上。 图片上有价格显示。 文字必须在200字内。 按0分/5分/10分/15分/20分评分	
	3G相册	5分	图片是否有上传	
底部菜单的搭建		20分	添加底部菜单，包含一级菜单、二级菜单。菜单必须包含“微商城”“会员积分”“客服咨询” 按0分/5分/10分/15/20分评分	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

8. 试题编号：H3-8，移动商务运营

(1) 任务描述

请利用奥派微信营销实训平台以及素材完成美妆类企业的公众号的基础任务搭建。

- 1) 根据公众号自行定位：设计符合企业定位的公众号头像、名称以及公众号功能的相关描述，要求与行业相关，并且容易识别。
- 2) 关注时自动回复：设计友好、有趣的自动回复，给用户的初次关注留下较好的印象。
- 3) 文本回复：设置关键字文本回复“你好”，并设置为包含匹配，回复内容设置为“亲，很高兴认识你，请问什么可以帮到您？”
- 4) 设置两类图文回复，分为促销类与新品推广类。
- 5) 促销类图文回复，主题必须结合6.18、双11、年货节等相关电商节庆，设计1篇相关的主题文章，要求文章内容采用图文结合的方式，标题凸显新意和创意，包含电商节庆相关活动信息和元素，建议关键词包含“双11”、“6.18”等相关电商节日。
- 6) 新品推广类图文回复，新品推广文案有卖点提炼，有价格，并配一张图。（有卖点1点以上即可给分，卖点必须罗列在图片上，图片上有价格显示。文字必须在200字以内。）
- 7) 3G相册：上传10张以上图片至3G相册，并附带相册简单介绍。
- 8) 底部导航菜单设置：设计符合用户浏览偏好的底部导航菜单，为用户提供方便快捷的入口，包含一级菜单、二级菜单。菜单必须包含“微商城”、“会员积分”、“客服咨询”。

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，HyperSnap6.0 截图工具软件、谷歌浏览器

场地：详见服务器平台（地址：<http://10.0.62.99/allpasschat>）

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-8)

试题评分卡(试题 H3-8)

评价内容		配分	评分细则	考核得分
职业素养 (10分)		10分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。记 3 分/3 分/4 分	
工作任务 (90分)	公众号设置	10分	是否有企业名称，尺寸是否120*120。是否有企业功能介绍。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	关注自动回复	5分	关注时的自动回复，50字以内。 按语言的亲和度以及通顺度与关键字给予评分 按0分/1分/2分/3分/4分/5分评分	
	文本回复	5分	设置关键字文本回复“你好”，并设置为包含匹配，回复内容设置为“亲，很高兴认识你，请问什么可以帮到您？” 按0分/1分/2分/3分/4分/5分评分	
	图文回复	5分	添加两类图文回复：1、促销类 2、新品推广类 添加分类符合要求得满分，只添加一类得2分	
		20分	促销类文案：按标题能表达促销主题，全篇字数150以内，必须突出“双十一”或者“双十二”或“618”（买一送一或限时五折或五倍积分） 图片主题突出。 按0分/5分/10分/15分/20分评分	
		20分	新品推广文案 有卖点提炼，有价格。配一张图。 有卖点1点以上即可给分，卖点必须罗列在图片上。 图片上有价格显示。 文字必须在200字内。 按0分/5分/10分/15分/20分评分	
	3G相册	5分	图片是否有上传	
底部菜单的搭建		20分	添加底部菜单，包含一级菜单、二级菜单。菜单必须包含“微商城”“会员积分”“客服咨询” 按0分/5分/10分/15/20分评分	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

9. 试题编号：H3-9，移动商务运营

(1) 任务描述

请利用奥派微信营销实训平台以及素材完成家电企业的公众号的基础任务搭建。

- 1) 根据公众号自行定位：设计符合企业定位的公众号头像、名称以及公众号功能的相关描述，要求与行业相关，并且容易识别。
- 2) 关注时自动回复：设计友好、有趣的自动回复，给用户的初次关注留下较好的印象。
- 3) 文本回复：设置关键字文本回复“你好”，并设置为包含匹配，回复内容设置为“亲，很高兴认识你，请问什么可以帮到您？”
- 4) 设置两类图文回复，分为促销类与新品推广类。
- 5) 促销类图文回复，主题必须结合6.18、双11、年货节等相关电商节庆，设计1篇相关的主题文章，要求文章内容采用图文结合的方式，标题凸显新意和创意，包含电商节庆相关活动信息和元素，建议关键词包含“双11”、“6.18”等相关电商节日。
- 6) 新品推广类图文回复，新品推广文案有卖点提炼，有价格，并配一张图。（有卖点1点以上即可给分，卖点必须罗列在图片上，图片上有价格显示。文字必须在200字以内。）
- 7) 3G相册：上传10张以上图片至3G相册，并附带相册简单介绍。
- 8) 底部导航菜单设置：设计符合用户浏览偏好的底部导航菜单，为用户提供方便快捷的入口，包含一级菜单、二级菜单。菜单必须包含“微商城”、“会员积分”、“客服咨询”。

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，HyperSnap6.0 截图工具软件、谷歌浏览器

场地：详见服务器平台（地址：<http://10.0.62.99/allpasschat>）

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡（试题 H3-9）

试题评分卡(试题 H3-9)

评价内容		配分	评分细则	考核得分
职业素养 (10分)		10分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。记 3 分/3 分/4 分	
工作任务 (90分)	公众号设置	10分	是否有企业名称, 尺寸是否120*120。是否有企业功能介绍。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	关注自动回复	5分	关注时的自动回复, 50字以内。 按语言的亲和度以及通顺度与关键字给予评分 按0分/1分/2分/3分/4分/5分评分	
	文本回复	5分	设置关键字文本回复“你好”, 并设置为包含匹配, 回复内容设置为“亲, 很高兴认识你, 请问什么可以帮到您?” 按0分/1分/2分/3分/4分/5分评分	
	图文回复	5分	添加两类图文回复: 1、促销类 2、新品推广类 添加分类符合要求得满分, 只添加一类得2分	
		20分	促销类文案: 按标题能表达促销主题, 全篇字数150以内, 必须突出“双十一”或者“双十二”或“618”(买一送一或限时五折或五倍积分) 图片主题突出。 按0分/5分/10分/15分/20分评分	
		20分	新品推广文案 有卖点提炼, 有价格。配一张图。 有卖点1点以上即可给分, 卖点必须罗列在图片上。 图片上有价格显示。 文字必须在200字内。 按0分/5分/10分/15分/20分评分	
	3G相册	5分	图片是否有上传	
底部菜单的搭建		20分	添加底部菜单, 包含一级菜单、二级菜单。菜单必须包含“微商城”“会员积分”“客服咨询” 按0分/5分/10分/15/20分评分	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

10. 试题编号：H3-10，移动商务运营

（1）任务描述

请利用奥派微信营销实训平台以及素材完成母婴类企业的公众号的基础任务搭建。

- 1) 根据公众号自行定位：设计符合企业定位的公众号头像、名称以及公众号功能的相关描述，要求与行业相关，并且容易识别。
- 2) 关注时自动回复：设计友好、有趣的自动回复，给用户的初次关注留下较好的印象。
- 3) 文本回复：设置关键字文本回复“你好”，并设置为包含匹配，回复内容设置为“亲，很高兴认识你，请问什么可以帮到您？”
- 4) 设置两类图文回复，分为促销类与新品推广类。
- 5) 促销类图文回复，主题必须结合6.18、双11、年货节等相关电商节庆，设计1篇相关的主题文章，要求文章内容采用图文结合的方式，标题凸显新意和创意，包含电商节庆相关活动信息和元素，建议关键词包含“双11”、“6.18”等相关电商节日。
- 6) 新品推广类图文回复，新品推广文案有卖点提炼，有价格，并配一张图。（有卖点1点以上即可给分，卖点必须罗列在图片上，图片上有价格显示。文字必须在200字以内。）
- 7) 3G相册：上传10张以上图片至3G相册，并附带相册简单介绍。
- 8) 底部导航菜单设置：设计符合用户浏览偏好的底部导航菜单，为用户提供方便快捷的入口，包含一级菜单、二级菜单。菜单必须包含“微商城”、“会员积分”、“客服咨询”。

（2）实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，HyperSnap6.0 截图工具软件、谷歌浏览器

场地：详见服务器平台（地址：<http://10.0.62.99/allpasschat>）

（3）考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

（4）评分标准

见试题评分卡（试题 H3-10）

试题评分卡(试题 H3-10)

评价内容		配分	评分细则	考核得分
职业素养 (10分)		10分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。记 3 分/3 分/4 分	
工作任务 (90分)	公众号设置	10分	是否有企业名称，尺寸是否120*120。是否有企业功能介绍。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	关注自动回复	5分	关注时的自动回复，50字以内。 按语言的亲和度以及通顺度与关键字给予评分 按0分/1分/2分/3分/4分/5分评分	
	文本回复	5分	设置关键字文本回复“你好”，并设置为包含匹配，回复内容设置为“亲，很高兴认识你，请问什么可以帮到您？” 按0分/1分/2分/3分/4分/5分评分	
	图文回复	5分	添加两类图文回复：1、促销类 2、新品推广类 添加分类符合要求得满分，只添加一类得2分	
		20分	促销类文案：按标题能表达促销主题，全篇字数150以内，必须突出“双十一”或者“双十二”或“618”（买一送一或限时五折或五倍积分） 图片主题突出。 按0分/5分/10分/15分/20分评分	
		20分	新品推广文案 有卖点提炼，有价格。配一张图。 有卖点1点以上即可给分，卖点必须罗列在图片上。 图片上有价格显示。 文字必须在200字内。 按0分/5分/10分/15分/20分评分	
	3G相册	5分	图片是否有上传	
底部菜单的搭建		20分	添加底部菜单，包含一级菜单、二级菜单。菜单必须包含“微商城”“会员积分”“客服咨询” 按0分/5分/10分/15/20分评分	
合计		100分		

试题评阅人签名_____

11. 试题编号：H3-11，移动商务运营

(1) 任务描述

戴尔（Dell），是一家总部位于美国德克萨斯州朗德罗克的世界五百强企业，由迈克尔·戴尔于1984年创立。戴尔以生产、设计、销售家用以及办公室电脑而闻名，不过它同时也涉足高端电脑市场，生产与销售服务器、数据储存设备、网络设备等。

戴尔公司于1992年进入《财富》杂志500家之列，戴尔因此成为其中最年轻的首席执行官。戴尔公司名列《财富》杂志500家的第48位。自1995年起，戴尔公司一直名列《财富》杂志评选的“最受仰慕的公司”，2001年排名第10位，2011年上升至第6位。

2018年7月19日，《财富》世界500强排行榜发布，戴尔公司位列93位。2018年12月，位列2018世界品牌500强。

测试任务

随着移动互联网的蓬勃发展，公司为了加大移动互联网的营销力度，计划开发移动营销业务，使用微博来推广公司业务，扩大公司影响力。

微博，即微博客（MicroBlog）的简称，是一个基于用户关系信息分享、传播以及获取平台，用户可以通过 WEB、WAP 等各种客户端组建个人社区，以 140 字左右的文字更新信息，并实现即时分享。

1) 微博的规划和设计

①微博账号类型

现在的微博平台比较多，申请的个人和机构也比较多，不同的角色申请的账号的定位和所起的作用也不一样，请根据不同的角色，将微博的账号划分成两种类型？戴尔公司开展微博营销应选择哪一种账号？

微博号类型	
戴尔（Dell）在线选择何种类型	
选择理由：	

②微博名称选取

戴尔公司在微博营销过程中，针对不同的产品，实行微信多号战略。请为戴尔公司设计 2 个微博账号。一个是戴尔笔记本产品，一个是服务器产品。并说明理由。（企业微博号：一般越短越好；要简单、好记、易理解、特别；加强权威性，同时切忌生疏冷僻词汇；不要单独使用大群体词汇等。）

序号	名称	理由
1		
2		

2) 增加粉丝数量

拥有一定量的粉丝是开展微营销的基础。在微营销初期，如果吸引粉丝就是摆在企业面前一个非常重要的任务。请在下列表格中，总结出吸引粉丝的一些方法：

序号	“吸粉”的方法	理由
1		

2		
3		
4		

3) 微博宣传推广

当公司微博粉丝数量达到一定量的时候，我们可以利用微博进行宣传推广活动。公司拟在6月份组织一次大规模的店庆促销活动，其各大电商销售平台上（淘宝店、天猫店、1 号店等）销售的产品实行新品优惠活动。现打算通过微博对此次活动进行宣传推广，并希望更多的目标客户对此次活动进行关注，请你设计此次活动的微博内容，并填下入表。

微博标题	微博内容

4) 粉丝交流

在公司宣传推广活动中，与粉丝的互动尤为关键，互动可以了解粉丝对公司以及产品等的态度和意见。针对公司本次6月的活动，请将与粉丝公司互动的方法和理由，填入下表。

序号	与“粉丝”互动的方法	理由
1		
2		
3		
4		

5) 数据优化分析

公司微博经过一段时间的营运，相关数据如下图，根据下图，回答以下问题。

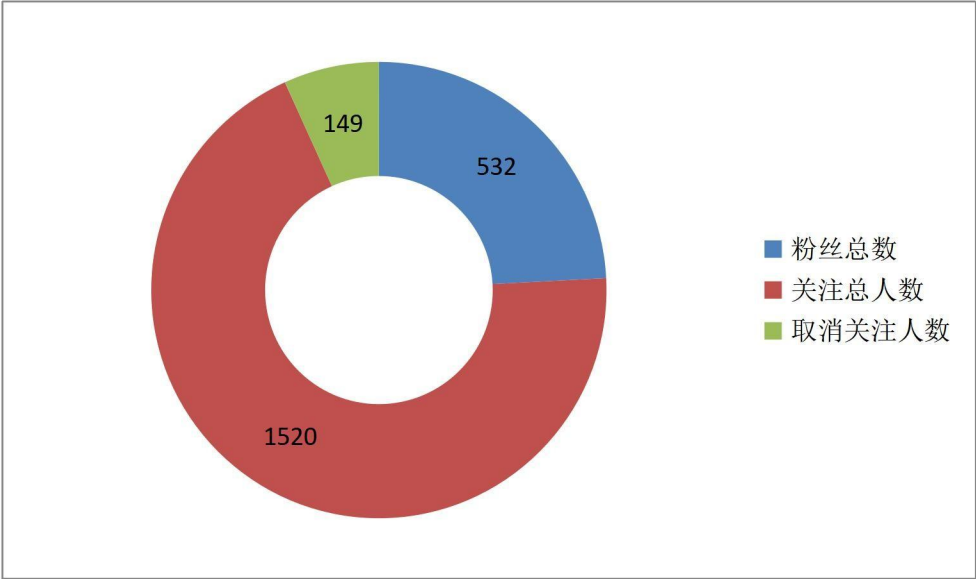


图1 粉丝情况示意图

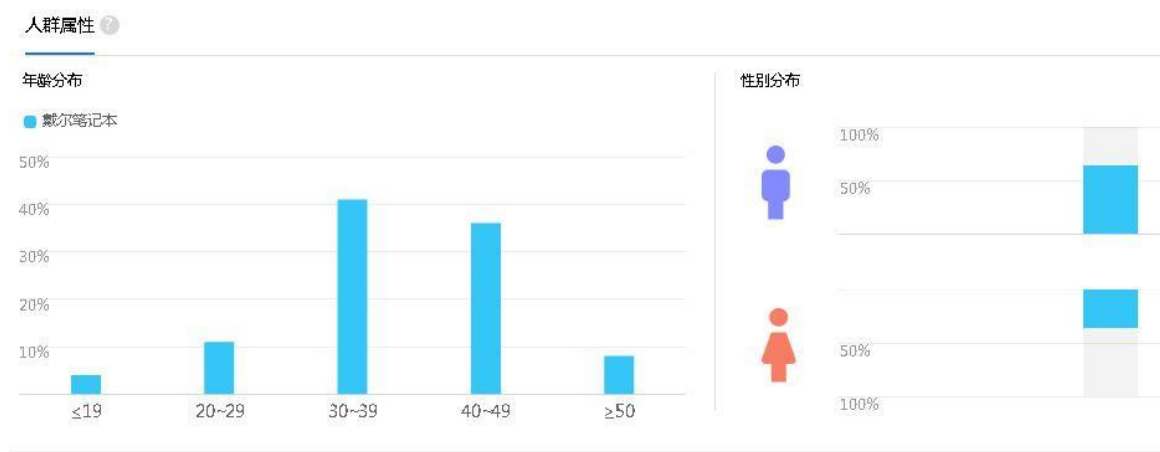


图2 粉丝人群属性图

①营运情况分析

根据数据，请判断，公司微博营运情况如何，处于什么阶段（起步、成长、爆发、成熟）以及理由？

序号	内 容
1	公司微博营运情况分析
2	处于何种阶段
3	处于此阶段的分析理由

②营运策略

根据粉丝数量和相关数据。指出公司后续微博营运的主要目标，以及相应的营销策略。

序号	营运目标	营销策略
1		
2		
3		
4		

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-11)

移动商务运营评分卡(试题 H3-11)

评价内容			配分	评分标准	备注
职业素养(5 分)			5分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。	
工作任务 (95 分)	微博规划和设计 (15分)	微博账号类型	5分	类型回答正确（1分）；企业选择何种类型回答正确（1分）；理由充分正当（3 分）。	
		微博名称选取	10分	确定企业名称恰当合理（2 分） ， 理由充分（3 分）。2个名称，总计10分	
	增加粉丝数量（20分）		20分	每条方法（2分），理由（3分）；4条，共 20分	
	微博宣传推广（20分）		5分	微博宣传标题（5 分） 标题有吸引力，准确描述活动内容，目标客户人群定位正确。	
			15分	内容：流畅，丰富，能准确描述活动内容（7分）。图文并茂，有较强视觉冲击效果（8分）。	
	粉丝交流 (20分)	粉丝交流方法	8分	方法概括恰当，主题紧扣推广目标，能吸引网民（8 分）。	
		理由	12分	对与粉丝沟通方法解释理由充分、完整（3 分）；思路清晰（3分）；可行性较强（3分）；对企业沟通成本控制合理（3分）。	
	数据优化分析（20 分）	营运情况分析	8分	对数据分析全面；对公司微博运营情况描述清晰（3 分）。	
				正确判断公司微博营运阶段（2分）。	
				理由充分，数据分析正确（3分）。	
	营运策略	12分	对企业微博营销整体营运目标正确（4分） 思路清晰，策略得当（4分） 有较强的可操作性（4分）。		
合计			100分		

试题评阅人签名_____

12. 试题编号：H3-12，移动商务运营

（1）任务描述

安居客以“帮助人们实现家的梦想”为企业愿景，全面覆盖新房、二手房、租房、商业地产四大业务，同时为开发商与经纪人提供高效的网络推广平台。2012年，安居客发力移动互联市场，旗下“安居客新房”、“安居客二手房”、“安居客租房”三大手机找房APP使用用户突破2500万，占移动找房70%的市场份额。

测试任务

随着移动互联网的蓬勃发展，公司为了加大移动互联网的营销力度，计划开发移动营销业务，使用微博来推广公司业务，扩大公司影响力。

微博，即微博客（MicroBlog）的简称，是一个基于用户关系信息分享、传播以及获取平台，用户可以通过 WEB、WAP 等各种客户端组建个人社区，以 140 字左右的文字更新信息，并实现即时分享。

1) 微博的规划和设计

①微博账号类型

现在的微博平台比较多，申请的个人和机构也比较多，不同的角色申请的账号的定位和所起的作用也不一样，请根据不同的角色，将微博的账号划分成两种类型？安居客开展微博营销应选择哪一种账号？

微博号类型	
安居客选择何种类型	
选择理由：	

②微博名称选取

安居客在微博营销过程中需要一个很好的名称。写出两个名称并说明理由。（企业微博号：一般越短越好；要简单、好记、易理解、特别；加强权威性，同时切忌生疏冷僻词汇；不要单独使用大群体词汇等。）

序号	名称	理由
1		
2		

2) 增加粉丝数量

拥有一定的粉丝是开展微营销的基础。在微营销初期，如果吸引粉丝就是摆在企业面前一个非常重要的任务。请在下列表格中，总结出吸引粉丝的一些方法：

序号	“吸粉”的方法	理由
1		
2		
3		
4		

3) 微博宣传推广

当公司微博粉丝数量达到一定量的时候，我们可以利用微博进行宣传推广活动。公司拟在10月国庆节的时候组织一次大规模的国庆促销活动，其各大电商销售平台上（淘宝店、天猫店等）销售的产品实行新品优惠活动。现打算通过微博对此次活动进行宣传推广，并希望更多的目标客户对此次活动进行关注，请你设计此次活动的微博内容，并填下入表。

微博标题	微博内容

4) 粉丝交流

在公司宣传推广活动中，与粉丝的互动尤为关键，互动可以了解粉丝对公司以及产品等的态度和意见。针对公司本次10月的活动，请将与粉丝公司互动的方法和理由，填入下表。

序号	与“粉丝”互动的方法	理由
1		
2		
3		
4		

5) 数据优化分析

公司微博经过一段时间的营运，相关数据如下图，根据下图，回答以下问题。

日期	关注次数	取关次数	男性数量	女性数量
2018年10月1日	6953	627	2493	4460
2018年10月2日	6953	123	4211	2742
2018年10月3日	6584	288	4734	1850
2018年10月4日	2432	339	843	1589
2018年10月5日	2441	49	1251	1190

①营运情况分析

根据数据，请判断，公司微博营运情况如何，处于什么阶段（起步、成长、爆发、成熟）以及理由？

序号	内 容
1	公司微博营运情况分析
2	处于何种阶段
3	处于此阶段的分析理由

②营运策略

根据粉丝数量和相关数据。指出公司后续微博营运的主要目标，以及相应的营销策略。

序号	营运目标	营销策略
1		
2		
3		
4		

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-12)

移动商务运营评分卡(试题 H3-12)

评价内容			配分	评分标准	备注
职业素养(5 分)			5分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。	
工作任务 (95 分)	微博规划和设计 (15分)	微博账号类型	5分	类型回答正确（1分）；企业选择何种类型回答正确（1分）；理由充分正当（3 分）。	
		微博名称选取	10分	确定企业名称恰当合理（2 分） ， 理由充分（3 分）。2个名称，总计10分	
	增加粉丝数量（20分）		20分	每条方法（2分），理由（3分）；4条，共 20分	
	微博宣传推广（20分）		5分	微博宣传标题（5 分） 标题有吸引力，准确描述活动内容，目标客户人群定位正确。	
			15分	内容：流畅，丰富，能准确描述活动内容（7分）。图文并茂，有较强视觉冲击效果（8分）。	
	粉丝交流 (20分)	粉丝交流方法	8分	方法概括恰当，主题紧扣推广目标，能吸引网民（8 分）。	
		理由	12分	对与粉丝沟通方法解释理由充分、完整（3 分）；思路清晰（3分）；可行性较强（3分）；对企业沟通成本控制合理（3分）。	
	数据优化分析（20 分）	营运情况分析	8分	对数据分析全面；对公司微博运营情况描述清晰（3 分）。	
				正确判断公司微博营运阶段（2分）。	
				理由充分，数据分析正确（3分）。	
营运策略		12分	对企业微博营销整体营运目标正确（4分） 思路清晰，策略得当（4分） 有较强的可操作性（4分）。		
合计			100分		

试题评阅人签名_____

13. 试题编号：H3-13，移动商务运营

(1) 任务描述

唐人神集团是首批农业产业化国家重点龙头企业。集团致力生猪产业链一体化经营，经过20 多年的创业发展，已经形成了“品种改良、安全饲料、健康养殖、肉品加工、品牌专卖”五大产业发展格局，在全国拥有 40 余家子公司。集团旗下的“唐人神”、“骆驼”牌都是中国驰名商标，“唐人神”肉品和“骆驼”牌饲料都是中国名牌产品。“美神”种苗通过美国 NSR 认证，达到美国同步育种水平。集团位列饲料、肉类行业十强，跨入中国制造业 500 强。

测试任务

随着移动互联网的蓬勃发展，公司为了加大移动互联网的营销力度，计划开发移动营销业务，使用微博来推广公司业务，扩大公司影响力。

微博，即微博客（MicroBlog）的简称，是一个基于用户关系信息分享、传播以及获取平台，用户可以通过 WEB、WAP 等各种客户端组建个人社区，以 140 字左右的文字更新信息，并实现即时分享。

1) 微博的规划和设计

①微博账号类型

现在的微博平台比较多，申请的个人和机构也比较多，不同的角色申请的账号的定位和所起的作用也不一样，请根据不同的角色，将微博的账号划分成两种类型？唐人神开展微博营销应选择哪一种账号？

微博号类型	
唐人神在线选择何种类型	
选择理由：	

②微博名称选取

唐人神集团在微博营销过程中，针对不同的产品，实行微信多号战略。请为集团设计 2 个微博账号。一个是唐神人肉类产品，一个是生猪饲料产品。并说明理由。（企业微博号：一般越短越好；要简单、好记、易理解、特别；加强权威性，同时切忌生疏冷僻词汇；不要单独使用大群体词汇等。）

序号	名称	理由
1		
2		

2) 增加粉丝数量

拥有一定的粉丝是开展微营销的基础。在微营销初期，如果吸引粉丝就是摆在企业面前一个非常重要的任务。请在下列表格中，总结出吸引粉丝的一些方法：

序号	“吸粉”的方法	理由
1		
2		
3		
4		

3) 微博宣传推广

当公司微博粉丝数量达到一定量的时候，我们可以利用微博进行宣传推广活动。公司拟在5月份组织一次大规模的促销活动，其各大电商销售平台上（淘宝店、天猫店、1号店等）销售的产品实行新品优惠活动。现打算通过微博对此次活动进行宣传推广，并希望更多的目标客户对此次活动进行关注，请你设计此次活动的微博内容，并填下入表。

微博标题	微博内容

4) 粉丝交流

在公司宣传推广活动中，与粉丝的互动尤为关键，互动可以了解粉丝对公司以及产品等的态度和意见。针对公司本次 5 月的活动，请将与粉丝公司互动的方法和理由，填入下表。

序号	与“粉丝”互动的方法	理由
1		
2		
3		
4		

5) 数据优化分析

公司微博经过一段时间的营运，相关数据如下图，根据下图，回答以下问题。



①营运情况分析

根据数据，请判断，公司微博营运情况如何，处于什么阶段（起步、成长、爆发、成熟）以及理由？

序号	内 容
1	公司微博营运情况分析
2	处于何种阶段
3	处于此阶段的分析理由

②营运策略

根据粉丝数量和相关数据。指出公司后续微博营运的主要目标，以及相应的营销策略。

序号	营运目标	营销策略
1		
2		
3		
4		

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-13)

移动商务运营评分卡(试题 H3-13)

评价内容			配分	评分标准	备注
职业素养(5 分)			5分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。	
工作任务 (95分)	微博规划和设计 (15分)	微博账号类型	5分	类型回答正确（1分）；企业选择何种类型回答正确（1分）；理由充分正当（3 分）。	
		微博名称选取	10分	确定企业名称恰当合理（2 分） ， 理由充分（3 分）。2个名称，总计10分	
	增加粉丝数量（20分）		20分	每条方法（2分），理由（3分）；4条，共 20分	
	微博宣传推广（20分）		5分	微博宣传标题（5 分） 标题有吸引力，准确描述活动内容，目标客户人群定位正确。	
			15分	内容：流畅，丰富，能准确描述活动内容（7分）。图文并茂，有较强视觉冲击效果（8分）。	
	粉丝交流 (20分)	粉丝交流方法	8分	方法概括恰当，主题紧扣推广目标，能吸引网民（8 分）。	
		理由	12分	对与粉丝沟通方法解释理由充分、完整（3 分）；思路清晰（3分）；可行性较强（3分）；对企业沟通成本控制合理（3分）。	
	数据优化分析（20 分）	营运情况分析	8分	对数据分析全面；对公司微博运营情况描述清晰（3 分）。	
				正确判断公司微博营运阶段（2分）。	
				理由充分，数据分析正确（3分）。	
营运策略		12分	对企业微博营销整体营运目标正确（4分） 思路清晰，策略得当（4分） 有较强的可操作性（4分）。		
合计			100分		

试题评阅人签名_____

14. 试题编号：H3-14，移动商务运营

(1) 任务描述

多喜爱家居用品有限公司（<http://www.dohia.com/>）是一家以专业设计生产和销售床上用品为主，产品涉及被套、床笠、床单、床裙、枕套、被芯、枕芯、婚庆产品、垫类产品、床具等。公司营销中心设在中国湖南长沙市，开发中心及生产企业等在广东省深圳市东莞市。目前，多喜爱公司拥有自营店近200家，加盟店800余家，遍及全国各地，是行业内发展速度最快的企业之一。同时公司也积极入驻各大时尚电子商务商务生态圈，开展网络销售，积极进军电子商务领域。为了扩大公司和公司网站的知名度，公司打算采用微营销的方式来扩大销售面。

测试任务

随着移动互联网的蓬勃发展，公司为了加大移动互联网的营销力度，计划开发移动营销业务，使用微博来推广公司业务，扩大公司影响力。

微博，即微博客（MicroBlog）的简称，是一个基于用户关系信息分享、传播以及获取平台，用户可以通过 WEB、WAP 等各种客户端组建个人社区，以 140 字左右的文字更新信息，并实现即时分享。

1) 微博的规划和设计

①微博账号类型

现在的微博平台比较多，申请的个人和机构也比较多，不同的角色申请的账号的定位和所起的作用也不一样，请根据不同的角色，将微博的账号划分成两种类型？多喜爱家居用品有限公司开展微博营销应选择哪一种账号？

微博号类型	
多喜爱家居用品有限公司在线选择何种类型	
选择理由：	

②微博名称选取

唐人神集团在微博营销过程中，针对不同的产品，实行微信多号战略。请为集团设计 2 个微博账号。一个是唐神人肉类产品，一个是生猪饲料产品。并说明理由。（企业微博号：一般越短越好；要简单、好记、易理解、特别；加强权威性，同时切忌生疏冷僻词汇；不要单独使用大群体词汇等。）

序号	名称	理由
1		
2		

2) 增加粉丝数量

拥有一定的粉丝是开展微营销的基础。在微营销初期，如果吸引粉丝就是摆在企业面前一个非常重要的任务。请在下列表格中，总结出吸引粉丝的一些方法：

序号	“吸粉”的方法	理由
1		

2		
3		
4		

3) 微博宣传推广

当公司微博粉丝数量达到一定量的时候，我们可以利用微博进行宣传推广活动。公司拟在 5 月份组织一次大规模的店庆促销活动，其各大电商销售平台上（淘宝店、天猫店、1 号店等）销售的产品实行全场 9 折优惠活动，如果 5.1 好当天进店下单的客户，还有好礼赠送。现打算通过微博对此次活动进行宣传推广，并希望更多的目标客户对此次活动进行关注，请你设计此次活动的微博内容，并填入下表。

微博标题	微博内容

4) 粉丝交流

在公司宣传推广活动中，与粉丝的互动尤为关键，互动可以了解粉丝对公司以及产品等的态度和意见。针对公司本次 5 月的活动，请将与粉丝公司互动的方法和理由，填入下表。

序号	与“粉丝”互动的方法	理由
1		
2		
3		
4		

5) 数据优化分析

公司微博经过一段时间的营运，相关数据如下图，根据下图，回答以下问题。

指 标	数据	指 标	数据	指 标	数据
微博关注总人数	7301	独立访客数	7643	微博转总发数量	56345
微博粉丝数量	21902	微博浏览量	34562	日评论数量	546
粉丝互动数量	6754	平均访问时间	5秒		
关注人增长	4				

①营运情况分析

根据数据，请判断，公司微博营运情况如何，处于什么阶段（起步、成长、爆发、成熟）以及理由？

序号	内 容
1	公司微博营运情况分析
2	处于何种阶段
3	处于此阶段的分析理由

②营运策略

根据粉丝数量和相关数据。指出公司后续微博营运的主要目标，以及相应的营销策略。

序号	营运目标	营销策略
1		
2		
3		
4		

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-14)

移动商务运营评分卡(试题 H3-14)

评价内容			配分	评分标准	备注
职业素养(5 分)			5分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。	
工作任务 (95 分)	微博规划和设计 (15分)	微博账号类型	5分	类型回答正确（1分）；企业选择何种类型回答正确（1分）；理由充分正当（3 分）。	
		微博名称选取	10分	确定企业名称恰当合理（2 分） ， 理由充分（3 分）。2个名称，总计10分	
	增加粉丝数量（20分）		20分	每条方法（2分），理由（3分）；4条，共 20分	
	微博宣传推广（20分）		5分	微博宣传标题（5 分） 标题有吸引力，准确描述活动内容，目标客户人群定位正确。	
			15分	内容：流畅，丰富，能准确描述活动内容（7分）。图文并茂，有较强视觉冲击效果（8分）。	
	粉丝交流 (20分)	粉丝交流方法	8分	方法概括恰当，主题紧扣推广目标，能吸引网民（8 分）。	
		理由	12分	对与粉丝沟通方法解释理由充分、完整（3 分）；思路清晰（3分）；可行性较强（3分）；对企业沟通成本控制合理（3分）。	
	数据优化分析（20 分）	营运情况分析	8分	对数据分析全面；对公司微博运营情况描述清晰（3 分）。	
				正确判断公司微博营运阶段（2分）。	
				理由充分，数据分析正确（3分）。	
营运策略		12分	对企业微博营销整体营运目标正确（4分） 思路清晰，策略得当（4分） 有较强的可操作性（4分）。		
合计			100分		

试题评阅人签名_____

15. 试题编号：H3-15，移动商务运营

（1）任务描述

湖南华天大酒店股份有限公司（<http://www.ehuatian.com>）是湖南省第一家旅游业上市公司。作为华天旗舰店，华天大酒店目前拥有客房 700 多间，餐位 1200 多个，娱乐、洗衣豪华车队等设施一应俱全。开业以来酒店成功接待了坦桑尼亚总统、赞比亚总统、白俄罗斯总理、亲民党主席宋楚瑜先生等所有来长沙的国家元首和政府首脑。曾多次荣获“全国最佳星级饭店”等荣誉称号，是湖南省唯一一家同时加盟“国际金钥匙组织”和“中国名酒店组织”的酒店，是全国酒店业唯一一家荣膺“全国企业文化优秀奖”和被授予“全国企业文化示范基地”称号的酒店，并荣获国际服务领域最高荣誉“五星钻石奖”，被批准加入“世界一流酒店组织”，其通过湖南华天国际酒店管理有限公司管理的连锁酒店已有 30 多家。同时，公司也积极开展电子商务业务。公司拥有自己独立的网站，www.ehuatian.com，公司打算采用微营销的方式来扩大销售面。

测试任务

随着移动互联网的蓬勃发展，公司为了加大移动互联网的营销力度，计划开发移动营销业务，使用微博来推广公司业务，扩大公司影响力。

微博，即微博客（MicroBlog）的简称，是一个基于用户关系信息分享、传播以及获取平台，用户可以通过 WEB、WAP 等各种客户端组建个人社区，以 140 字左右的文字更新信息，并实现即时分享。

1) 微博的规划和设计

①微博账号类型

现在的微博平台比较多，申请的个人和机构也比较多，不同的角色申请的账号的定位和所起的作用也不一样，请根据不同的角色，将微博的账号划分成两种类型？湖南华天大酒店股份有限公司开展微博营销应选择哪一种账号？

微博号类型（1分）	
湖南华天大酒店股份有限公司在线选择何种类型（1分）	
选择理由：（3分）	

②微博名称选取

湖南华天大酒店股份有限公司在微博营销过程中，针对不同的核心人群，实行微信多号战略。请为集团设计 2 个微博账号。一类是针对婚庆类用户，一类是针对商务群体用户。并说明理由。（企业微博号：一般越短越好；要简单、好记、易理解、特别；加强权威性，同时切忌生疏冷僻词汇；不要单独使用大群体词汇等。）

序号	名称	理由
1		
2		

2) 增加粉丝数量

拥有一定量的粉丝是开展微营销的基础。在微营销初期，如果吸引粉丝就是摆在企业面前一个非常重要的任务。请在下列表格中，总结出吸引粉丝的一些方法：

序号	“吸粉”的方法	理由
1		
2		
3		
4		

3) 微博宣传推广

当公司微博粉丝数量达到一定量的时候，我们可以利用微博进行宣传推广活动。公司拟在7月份组织一次专门针对商务人士的促销活动，在本年度7月份之前到通过公司网络办理VIP的用户，全年可以享受公司所有店铺活动9折优惠。现打算通过微博对此次活动进行宣传推广，并希望更多的目标客户对此次活动进行关注，请你设计此次活动的微博内容，并填入下表。

微博标题	微博内容

4) 粉丝交流

在公司宣传推广活动中，与粉丝的互动尤为关键，互动可以了解粉丝对公司以及产品等的态度和意见。针对公司本次7月的活动，请将与粉丝公司互动的方法和理由，填入下表。

序号	与“粉丝”互动的方法	理由
1		
2		
3		
4		

5) 数据优化分析

公司微博经过一段时间的营运，相关数据如下图，根据下图，回答以下问题。

指标	数据	指标	数据	指标	数据
微博关注总人数	4301	独立访客数	2643	微博转总发数量	5634
微博粉丝数量	2190	微博浏览量	3456	日评论数量	46
粉丝互动数量	1754	平均访问时间	2 秒		
关注人增长	2				

①营运情况分析

根据数据，请判断，公司微博营运情况如何，处于什么阶段（起步、成长、爆发、成熟）以及理由？

序号	内 容	
1	公司微博营运情况分析	
2	处于何种阶段	
3	处于此阶段的分析理由	

②营运策略

根据粉丝数量和相关数据。指出公司后续微博营运的主要目标，以及相应的营销策略。

序号	营运目标	营销策略
1		
2		
3		
4		

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-15)

移动商务运营评分卡(试题 H3-15)

评价内容			配分	评分标准	备注
职业素养(5 分)			5分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。	
工作任务 (95 分)	微博规划和设计 (15分)	微博账号类型	5分	类型回答正确（1分）；企业选择何种类型回答正确（1分）；理由充分正当（3 分）。	
		微博名称选取	10分	确定企业名称恰当合理（2 分） ， 理由充分（3 分）。2个名称，总计10分	
	增加粉丝数量（20分）		20分	每条方法（2分），理由（3分）；4条，共 20分	
	微博宣传推广（20分）		5分	微博宣传标题（5 分） 标题有吸引力，准确描述活动内容，目标客户人群定位正确。	
			15分	内容：流畅，丰富，能准确描述活动内容（7分）。图文并茂，有较强视觉冲击效果（8分）。	
	粉丝交流 (20分)	粉丝交流方法	8分	方法概括恰当，主题紧扣推广目标，能吸引网民（8 分）。	
		理由	12分	对与粉丝沟通方法解释理由充分、完整（3 分）；思路清晰（3分）；可行性较强（3分）；对企业沟通成本控制合理（3分）。	
	数据优化分析（20 分）	营运情况分析	8分	对数据分析全面；对公司微博运营情况描述清晰（3 分）。	
				正确判断公司微博营运阶段（2分）。	
				理由充分，数据分析正确（3分）。	
营运策略		12分	对企业微博营销整体营运目标正确（4分） 思路清晰，策略得当（4分） 有较强的可操作性（4分）。		
合计			100分		

试题评阅人签名_____

16. 试题编号：H3-16，移动商务运营

（1）任务描述

韩都衣舍电商集团创立于2006年，是中国最大的互联网品牌生态运营集团之一。凭借“款式多，更新快，性价比高”的产品理念，深得全国消费者的喜爱和信赖。

2010年获“十大网货品牌”以及“最佳全球化实践网商”的称号；2012年—2016年，在国内各大电子商务平台，连续五年行业综合排名均排第一，2014年，韩都衣舍女装取得了天猫历史上第一个全年度、双十一、双十二“三冠王”，男装取得天猫原创年度第一名、童装列天猫原创年度第三名

测试任务

随着移动互联网的蓬勃发展，公司为了加大移动互联网的营销力度，计划开发移动营销业务，使用微博来推广公司业务，扩大公司影响力。

微博，即微博客（MicroBlog）的简称，是一个基于用户关系信息分享、传播以及获取平台，用户可以通过 WEB、WAP 等各种客户端组建个人社区，以 140 字左右的文字更新信息，并实现即时分享。

1) 微博的规划和设计

①微博账号类型

现在的微博平台比较多，申请的个人和机构也比较多，不同的角色申请的账号的定位和所起的作用也不一样，请根据不同的角色，将微博的账号划分成两种类型？韩都衣舍开展微博营销应选择哪一种账号？

微博号类型（1分）	
韩都衣舍在线选择何种类型（1分）	
选择理由：（3分）	

②微博名称选取

韩都衣舍集团在微博营销过程中，针对不同的产品，实行微信多号战略。请为集团设计2个微博账号。一个是韩都衣舍HSTYLE（HSTYLE目标客户群为20-35岁的都市时尚女性，是韩风快时尚女装第一品牌，以“款式多、更新快、性价比高”的特色获得消费者的青睐。），一个是AMH目标客户为18-28岁的年轻时尚男性，是韩风快时尚男装第一品牌。时尚修身的版型、简约流畅的线条，把青春、活力、自信的都市男性气质淋漓尽致地展现出来，引领潮男们获得一种更具高端品质的韩风时尚。并说明理由。（企业微博号：一般越短越好；要简单、好记、易理解、特别；加强权威性，同时切忌生疏冷僻词汇；不要单独使用大群体词汇等。）

序号	名称	理由
1		
2		

2) 增加粉丝数量

拥有一定的粉丝是开展微营销的基础。在微营销初期，如果吸引粉丝就是摆在企业面前一个非常重要的任务。请在下列表格中，总结出吸引粉丝的一些方法：

序号	“吸粉”的方法	理由
1		
2		
3		
4		

3) 微博宣传推广

当公司微博粉丝数量达到一定量的时候，我们可以利用微博进行宣传推广活动。公司拟在双十一组织一次大规模的店庆促销活动，其各大电商销售平台上（淘宝店、天猫店、1 号店等）销售的产品实行新品优惠活动。现打算通过微博对此次活动进行宣传推广，并希望更多的目标客户对此次活动进行关注，请你设计此次活动的微博内容，并填下入表。

微博标题	微博内容

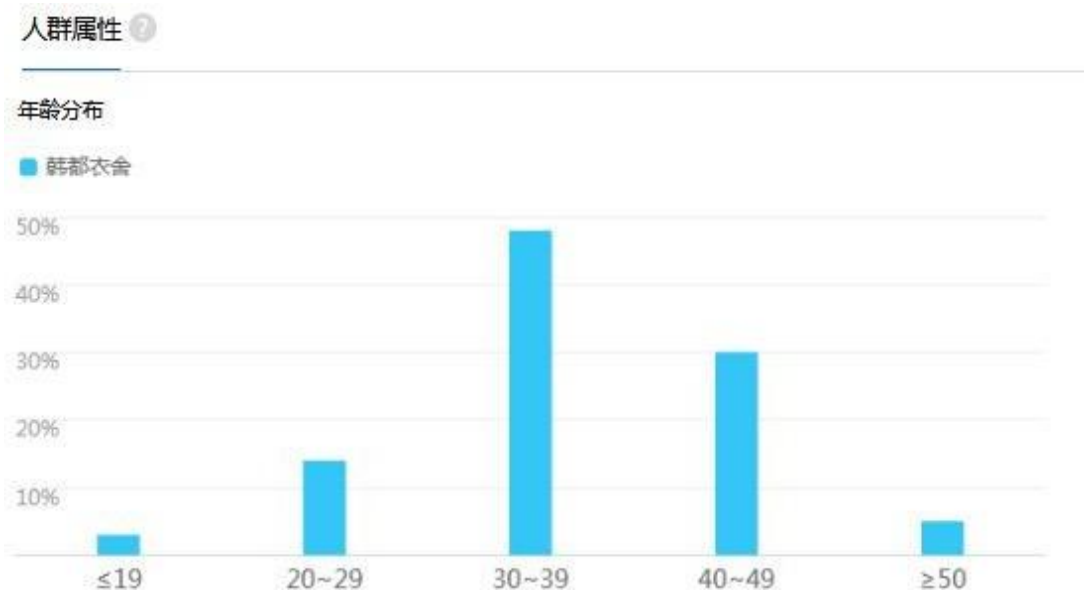
4) 粉丝交流

在公司宣传推广活动中，与粉丝的互动尤为关键，互动可以了解粉丝对公司以及产品等的态度和意见。针对公司本次双十一的活动，请将与粉丝公司互动的方法和理由，填入下表。

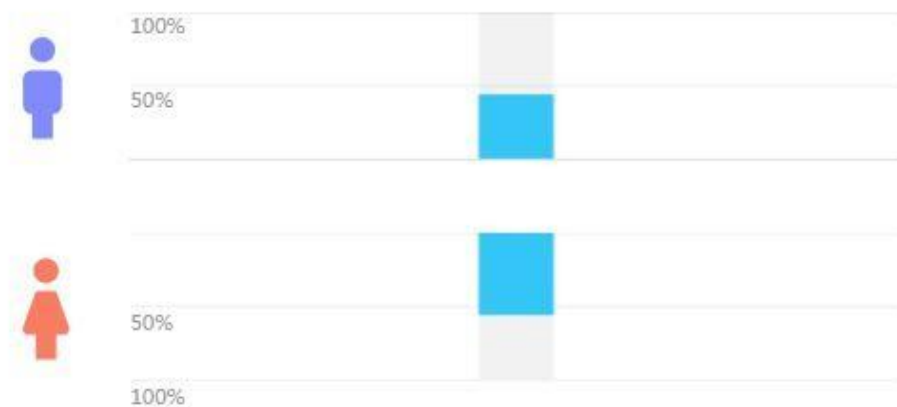
序号	与“粉丝”互动的方法	理由
1		
2		
3		
4		

5) 数据优化分析

公司微博经过一段时间的营运，相关数据如下图，根据下图，回答以下问题。



性别分布



①营运情况分析

根据数据，请判断，公司微博营运情况如何，处于什么阶段（起步、成长、爆发、成熟）以及理由？

序号	内 容
1	公司微博营运情况分析
2	处于何种阶段
3	处于此阶段的分析理由

②营运策略

根据粉丝数量和相关数据。指出公司后续微博营运的主要目标，以及相应的营销策略。

序号	营运目标	营销策略
1		
2		
3		
4		

（2）实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件

（3）考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

（4）评分标准

见试题评分卡(试题 H3-16)

移动商务运营评分卡(试题 H3-16)

评价内容			配分	评分标准	备注
职业素养(5 分)			5分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。	
工作任务 (95分)	微博规划和设计 (15分)	微博账号类型	5分	类型回答正确（1分）；企业选择何种类型回答正确（1分）；理由充分正当（3 分）。	
		微博名称选取	10分	确定企业名称恰当合理（2 分） ， 理由充分（3 分）。2个名称，总计10分	
	增加粉丝数量（20分）		20分	每条方法（2分），理由（3分）；4条，共 20分	
	微博宣传推广（20分）		5分	微博宣传标题（5 分） 标题有吸引力，准确描述活动内容，目标客户人群定位正确。	
			15分	内容：流畅，丰富，能准确描述活动内容（7分）。图文并茂，有较强视觉冲击效果（8分）。	
	粉丝交流 (20分)	粉丝交流方法	8分	方法概括恰当，主题紧扣推广目标，能吸引网民（8 分）。	
		理由	12分	对与粉丝沟通方法解释理由充分、完整（3 分）；思路清晰（3分）；可行性较强（3分）；对企业沟通成本控制合理（3分）。	
	数据优化分析（20 分）	营运情况分析	8分	对数据分析全面；对公司微博运营情况描述清晰（3 分）。	
				正确判断公司微博营运阶段（2分）。	
				理由充分，数据分析正确（3分）。	
营运策略		12分	对企业微博营销整体营运目标正确（4分） 思路清晰，策略得当（4分） 有较强的可操作性（4分）。		
合计			100分		

试题评阅人签名_____

17. 试题编号：H3-17，移动商务运营

（1）任务描述

贵州德江县康奇药植开发有限责任公司成立于2002年8月，是一家专业从事天麻育种、种植、初加工、天麻养生餐饮营销、天麻下游产品研发及销售的民营科技型企业。旗下多款天麻产品深受市场欢迎关注和广大用户的青睐，现年销售收入逾3000万元。

2009年成功注册“山沟沟”天麻商标。

2011年获得了贵州省省级扶贫龙头企业和海关进出口货物收发货人报关注册登记证书。2013年获得了贵州省农业产业化经营重点龙头企业和贵州省名牌产品，同年通过了ISO9001质量管理体系认证。

2014年12月荣获贵州省著名商标，拥有实用新型发明6项，现公司正建设一座“德江天麻特色产业园”规划面积10170亩。同年荣获多项专利证书及荣誉证书。

2015年11月荣获第十六届中国绿色食品博览会天麻金奖。

测试任务

随着移动互联网的蓬勃发展，公司为了加大移动互联网的营销力度，计划开发移动营销业务，使用微博来推广公司业务，扩大公司影响力。

微博是一种基于用户关系信息分享、传播以及获取的通过关注机制分享简短实时信息的广播式、病毒式的社交媒体、网络平台。用户可以通过PC、手机等多种移动终端接入，以文字、图片、视频等多媒体形式，实现信息的即时分享、传播互动。

1) 微博的规划和设计

①微博账号类型

现在的微博平台比较多，申请的个人和机构也比较多，不同的角色申请的账号的定位和所起的作用也不一样，请根据不同的角色，将微博的账号划分成两种类型？康奇药植开展微博营销应选择哪一种账号？

微博号类型（1分）	
康奇药植在线选择何种类型（1分）	
选择理由：（3分）	

②微博名称选取

康奇药植在微博推广营销过程中，针对不同的产品，实行微博多号战略。请为公司设计2个微博账号。一个是普通新鲜干天麻，一个是高端礼盒装天麻。并说明理由。（企业微博号：一般越短越好；要简单、好记、易理解、包含关键词或品牌词，特别；加强权威性，同时切忌生疏冷僻词汇；不要单独使用大群体词汇等。）

序号	名称	理由
1		
2		

2) 增加粉丝数量

拥有一定量的粉丝是开展微营销的基础。在微营销初期，如果吸引粉丝就是摆在企业面前一个非常重要的任务。请在下列表格中，总结出吸引粉丝的一些方法：

序号	“吸粉”的方法	理由
1		
2		
3		
4		

3) 微博宣传推广

当公司微博粉丝数量达到一定量的时候，我们可以利用微博进行宣传推广活动。公司拟在十二月组织一次大规模的店庆促销活动，其各大电商销售平台上（淘宝店、天猫店、1 号店、快手、抖音等）销售的产品实行新品优惠活动。现打算通过微博对此次活动进行宣传推广，并希望更多的目标客户对此次活动进 行关注，请你设计此次活动的微博内容，并填下入表。

微博标题	微博内容

4) 粉丝交流

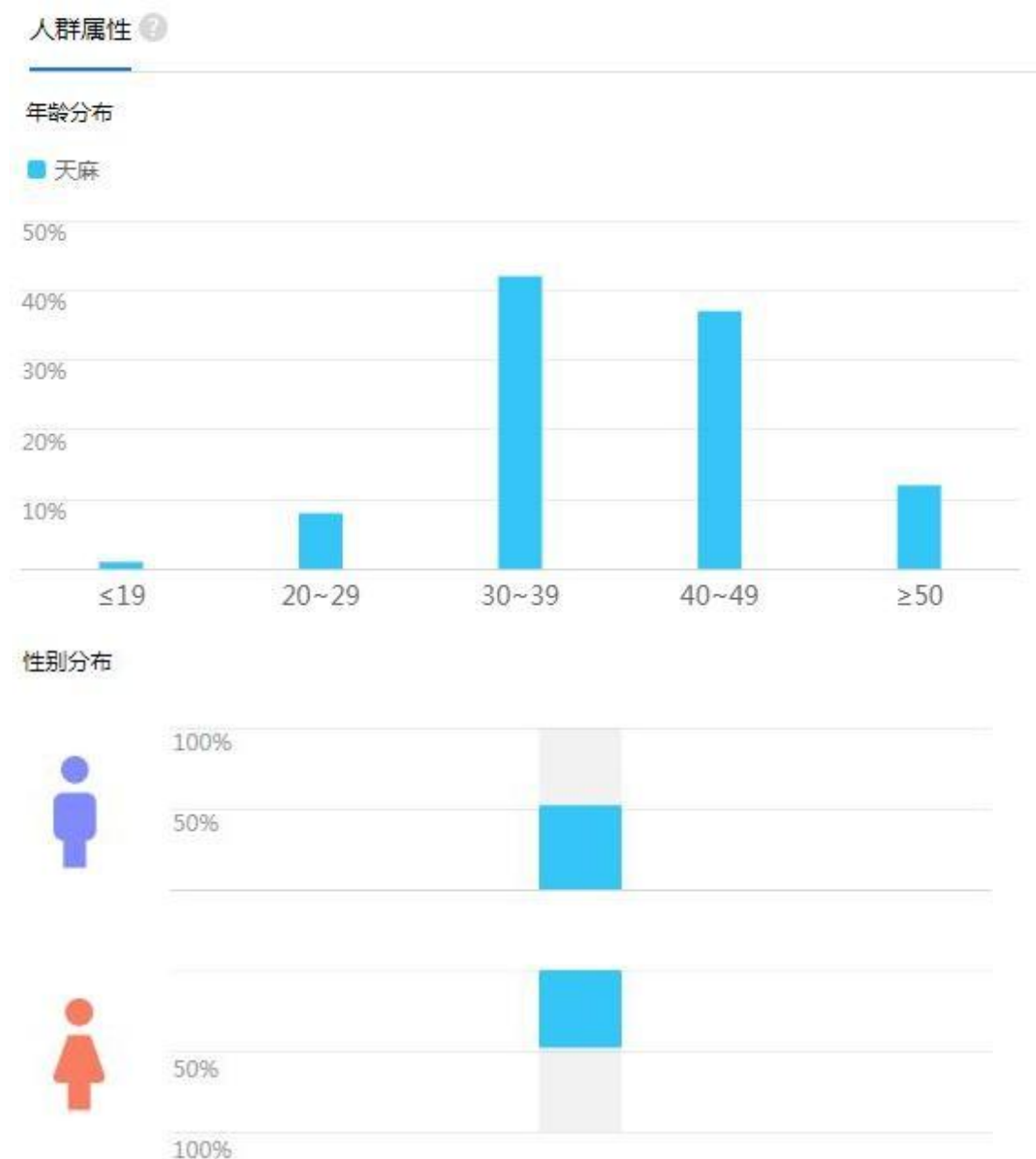
在公司宣传推广活动中，与粉丝的互动尤为关键，互动可以了解粉丝对公司以及产品等的态度和意见。 针对公司本次 十二月的活动，请将与粉丝公司互动的方法和理由，填入下表。

序号	与“粉丝”互动的方法	理由
1		
2		
3		
4		

5) 数据优化分析

公司微博经过一段时间的营运，相关数据如下图，根据下图，回答以下问题。





①营运情况分析

根据数据，请判断，公司微博营运情况如何，处于什么阶段（起步、成长、爆发、成熟）以及理由？

序号	内 容
1	公司微博营运情况分析
2	处于何种阶段
3	处于此阶段的分析理由

②营运策略

根据粉丝数量和相关数据。指出公司后续微博营运的主要目标，以及相应的营销策略。

序号	营运目标	营销策略
1		

2		
3		
4		

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-17)

移动商务运营评分卡(试题 H3-17)

评价内容			配分	评分标准	备注
职业素养(5 分)			5分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。	
工作任务 (95 分)	微博规划和设计 (15分)	微博账号类型	5分	类型回答正确（1分）；企业选择何种类型回答正确（1分）；理由充分正当（3 分）。	
		微博名称选取	10分	确定企业名称恰当合理（2 分） ， 理由充分（3 分）。2个名称，总计10分	
	增加粉丝数量（20分）		20分	每条方法（2分），理由（3分）；4条，共 20分	
	微博宣传推广（20分）		5分	微博宣传标题（5 分） 标题有吸引力，准确描述活动内容，目标客户人群定位正确。	
			15分	内容：流畅，丰富，能准确描述活动内容（7分）。图文并茂，有较强视觉冲击效果（8分）。	
	粉丝交流 (20分)	粉丝交流方法	8分	方法概括恰当，主题紧扣推广目标，能吸引网民（8 分）。	
		理由	12分	对与粉丝沟通方法解释理由充分、完整（3 分）；思路清晰（3分）；可行性较强（3分）；对企业沟通成本控制合理（3分）。	
	数据优化分析（20 分）	营运情况分析	8分	对数据分析全面；对公司微博运营情况描述清晰（3 分）。	
				正确判断公司微博营运阶段（2分）。	
				理由充分，数据分析正确（3分）。	
营运策略		12分	对企业微博营销整体营运目标正确（4分） 思路清晰，策略得当（4分） 有较强的可操作性（4分）。		
合计			100分		

试题评阅人签名_____

18. 试题编号：H3-18，移动商务运营

(1) 任务描述

海尔集团是一家全球领先的美好生活解决方案服务商。在互联网和物联网时代，海尔从传统制造企业转型为共创共赢的物联网社群生态，率先在全球创立物联网生态品牌。

海尔集团创立于1984年，是全球大型家电品牌，目前已从传统制造家电产品的企业转型为面向全社会孵化创客的平台。在互联网时代，海尔致力于成为互联网企业，颠覆传统企业自成体系的封闭系统，变成网络互联中的节点，互联互通各种资源，打造共创共赢新平台，实现攸关各方的共赢增值。

测试任务

随着移动互联网的蓬勃发展，公司为了加大移动互联网的营销力度，计划开发移动营销业务，使用短视频、直播方式来推广公司业务，扩大公司影响力。

抖音短视频（<https://www.douyin.com/>），一个旨在帮助大众用户表达自我，记录美好生活的短视频分享平台。为用户创造丰富多样的玩法，让用户在生活中轻松快速产出优质短视频。

1) 抖音号的账号搭建

①抖音号名称设计

海尔集团在视频营销过程中，针对不同的产品，实行多号战略。请为集团设计2个抖音号账号，并说明理由。（抖音号：一般越短越好；要简单、好记、易理解、特别；加强权威性，同时切忌生疏冷僻词汇；不要单独使用大群体词汇等。）

序号	名称	理由
1		
2		

②抖音号头像设计

抖音账号头像是辨识账号的一个主要标准。用户打开一个短视频账号，吸引他进入除了内容外就是头像了。选取头像要符合两个原则：符合身份特征、图像清晰美观。请在下表中为海尔集团策划一个头像思路。

短视频账号常见头像类型（2分）	
海尔集团选择何种类型（1分）	
设计理由：（2分）	

③抖音号简介设计

“一个集美貌与才华于一身的女子”这样的简介能让你马上识别出账号的主体。现在的视频平台比较多，账号数量较多，账号简介对账号的辨识度有很大帮助。一条优质的简介能迅速了解账号的基本定位，吸引用户的关注。请在下表中为海尔集团策划两条有特点的简介。

账号简介策划一：	
账号简介策划二：	

2) 抖音号内容规划

抖音是今日头条旗下开放的视频内容创作与分发平台。企业开展视频营销时，持续的内容输出非常重要，因此，应考虑企业实际情况，合理规划内容主题，确定各主题内容的占比，突出企业产品特色。请在下表为海尔集团规划内容主题。

抖音号常见内容主题？	
海尔集团选择哪几种内容主题	
内容主题占比规划及理由：	

3) 直播岗位认知

抖音平台也是主流的直播平台，海尔集团在准备直播前，都已经确定好了相关的直播人员各司其职，有主播、运营、场控等职位，那根据你的理解，描述这些岗位的工作职责是什么呢？完成下表中的内容。

直播岗位	岗位主要职责
主播	
副播	
运营	
场控	
客服	

4) 直播脚本设计

直播中脚本设计能够把控直播节奏，让直播效益最大化。公司准备利用直播平台开展一场直播带货活动，请依据公司背景和产品特点，按照直播脚本撰写的原则及流程为该公司设计一次单品直播脚本。完成下表的直播脚本的设计

()产品直播脚本设计

直播主题		
直播产品		
主播		
固定环节	目标要求	基本内容
1. 需求引导	描述画面：联想产品在生活中有哪些适用的场景，生动的描述出来，与粉丝产生共鸣	
2. 产品简况	由表及里，分步骤描述：包装、规格、成分、色彩、触感、口感，以及使用时的感觉等	
3. 产品品牌	品牌优势：可信度与品牌形象	
4. 店铺详情	店铺优势：熟知店铺规格，扬长避短且客观反映店铺优势	
5. 产品卖点	卖点罗列：产品优势的逐一罗列，体现主播专业性	
6. 深抢优势	重点突出：选择1-2个最突出最能打动人的产品优势进行深度讲述	
7. 用户评价	别人怎么说：复述其他用户对本产品的好评	
8. 直播优惠	独一无二：务必让你的粉丝感受到专属的尊重	
9. 限时限量	粉丝专属：用坚定的语言让粉丝感受到产品的稀缺，促成交易的达成	

5) 变现模式

企业除了利用抖音号进行产品宣传，提升品牌影响力，同时，抖音平台自身也提供变现模式。企业可选择变现模式，在抖音创作者平台有多余种变现工具可供选择，请为企业选择其中两种，并说明理由。

变现工具	选择理由
工具 1:	
工具 2:	

6) 数据优化分析

直播数据复盘

在一场直播结束后，对直播数据分析和整理尤为重要。在本场直播数据图1中，请你为公司进行分析，完成下表中的内容



1. 简要概述总体直播情况
2. 在最低流量时刻直播有可能出现了什么问题？提出你的改进策略。

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，
软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-17)

移动商务运营评分卡(试题 H3-18)

评价内容			配分	评分标准	备注
职业素养(5 分)			5分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。	
工作任务 (95 分)	抖音号的 账号搭建 (25分)	抖音号名称设计	10分	确定企业名称恰当合理，理由充分有新意。2个名称，总计10分	
		抖音号头像设计	5分	类型回答正确（2分）；企业选择何种类型合理（1分）；理由充分正当（2 分）。	
		抖音号简介设计	10分	账号简介特色鲜明，与企业定位吻合（2分）2个简介策划各有侧重点，总计10分	
	抖音号内容规划（10分）		10分	常见类型回答正确（2分），选择合理，理由思路清晰，具有说服力（3分）内容占比分配能合理，能有效体现企业特点（5分）	
	直播岗位认知（10分）		10分	岗位描述正确，分工明确，5个岗位共10分	
	直播脚本设计（30分）		30分	直播主题明确（1分）产品信息，主播信息完整（2分）各直播环节内容有创意，能围绕直播主题达成直播目标，9条内容总计27分	
	数据优化 分析（20分）	运营情况分析	8分	对数据分析全面；对公司直播运营情况描述清晰（8分）。	
		运营改进策略	12分	对企业直播营销整体营运目标正确（4分）思路清晰，策略得当（4分）有较强的可操作性（4分）。	
合计			100分		

试题评阅人签名_____

19. 试题编号：H3-19，移动商务运营

(1) 任务描述

韦博英语创立于1998年，是韦博教育旗下的英语培训机构，为6周岁以上人群提供以实用为导向的中外教结合英语课程及相关服务。目前已在全国50多个城市开设了100多家培训中心。每年协助数以万计的人提高英语水平，已经有超过300000人实现流利英语脱口而出的梦想。韦博英语以实用为导向，注重口语听力等实用型英语能力的培养，内容涵盖职场英语、旅游英语、商务英语、出国英语、社交英语、面试英语，还为企业提供英语培训服务。

测试任务

随着移动互联网的蓬勃发展，公司为了加大移动互联网的营销力度，计划开发移动营销业务，使用短视频、直播方式来推广公司业务，扩大公司影响力。

抖音短视频（<https://www.douyin.com/>），一个旨在帮助大众用户表达自我，记录美好生活的短视频分享平台。为用户创造丰富多样的玩法，让用户在生活中轻松快速产出优质短视频。

1) 抖音号的账号搭建

①抖音号名称设计

韦伯英语在视频营销过程中，针对不同的产品，实行多号战略。请为集团设计2个抖音号账号，并说明理由。（抖音号：一般越短越好；要简单、好记、易理解、特别；加强权威性，同时切忌生疏冷僻词汇；不要单独使用大群体词汇等。）

序号	名称	理由
1		
2		

②抖音号头像设计

抖音账号头像是辨识账号的一个主要标准。用户打开一个短视频账号，吸引他进入除了内容外就是头像了。选取头像要符合两个原则：符合身份特征、图像清晰美观。请在下表中为韦伯英语培训机构策划一个头像思路。

短视频账号常见头像类型（2分）	
韦伯英语选择何种类型（1分）	
设计理由：（2分）	

③抖音号简介设计

“一个集美貌与才华于一身的女子”这样的简介能让你马上识别出账号的主体。现在的视频平台比较多，账号数量较多，账号简介对账号的辨识度有很大帮助。一条优质的简介能迅速了解账号的基本定位，吸引用户的关注。请在下表中为韦伯英语策划两条有特点的简介。

账号简介策划一：	
账号简介策划二：	

2) 抖音号内容规划

抖音是今日头条旗下开放的视频内容创作与分发平台。企业开展视频营销时，持续的内容输出非常重要，因此，应考虑企业实际情况，合理规划内容主题，确定各主题内容的占比，突出企业产品特色。请在下表为韦伯英语规划内容主题。

抖音号常见内容主题？	
韦伯英语公司选择哪几种内容主题	
内容主题占比规划及理由：	

3) 直播岗位认知

抖音平台也是主流的直播平台，韦伯英语在准备直播前，都已经确定好了相关的直播人员各司其职，有主播、运营、场控等职位，那根据你的理解，描述这些岗位的工作职责是什么呢？完成下表中的内容。

直播岗位	岗位主要职责
主播	
副播	
运营	
场控	
客服	

4) 直播脚本设计

直播中脚本设计能够把控直播节奏，让直播效益最大化。公司准备利用直播平台开展一场直播带货活动，请依据公司背景和产品特点，按照直播脚本撰写的原则及流程为该公司设计一次单品直播脚本。完成下表中的内容。

()产品直播脚本设计

直播主题		
直播产品		
主播		
固定环节	目标要求	基本内容
1. 需求引导	描述画面：联想产品在生活中有哪些适用的场景，生动的描述出来，与粉丝产生共鸣	
2. 产品简况	由表及里，分步骤描述：包装、规格、成分、色彩、触感、口感，以及使用时的感觉等	
3. 产品品牌	品牌优势：可信度与品牌形象	
4. 店铺详情	店铺优势：熟知店铺规格，扬长避短且客观反映店铺优势	
5. 产品卖点	卖点罗列：产品优势的逐一罗列，体现主播专业性	
6. 深抢优势	重点突出：选择1-2个最突出最能打动人的产品优势进行深度讲述	
7. 用户评价	别人怎么说：复述其他用户对本产品的好评	
8. 直播优惠	独一无二：务必让你的粉丝感受到专属的尊重	
9. 限时限量	粉丝专属：用坚定的语言让粉丝感受到产品的稀缺，促成交易的达成	

5) 数据优化分析

直播数据复盘

在一场直播结束后，对直播数据分析和整理尤为重要。在本场直播数据图1中，请你为公司进行分析，完成下表中的内容。



3. 简要概述总体直播情况

4. 在最低流量时刻直播有可能出现了什么问题？提出你的改进策略。

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-19)

移动商务运营评分卡(试题 H3-19)

评价内容			配分	评分标准	备注
职业素养(5 分)			5分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。	
工作任务 (95 分)	抖音号的 账号搭建 (25分)	抖音号名称设计	10分	确定企业名称恰当合理，理由充分有新意。2个名称，总计10分	
		抖音号头像设计	5分	类型回答正确（2分）；企业选择何种类型合理（1分）；理由充分正当（2 分）。	
		抖音号简介设计	10分	账号简介特色鲜明，与企业定位吻合（2分）2个简介策划各有侧重点，总计10分	
	抖音号内容规划（10分）		10分	常见类型回答正确（2分），选择合理，理由思路清晰，具有说服力（3分）内容占比分配能合理，能有效体现企业特点（5分）	
	直播岗位认知（10分）		10分	岗位描述正确，分工明确，5个岗位共10分	
	直播脚本设计（30分）		30分	直播主题明确（1分）产品信息，主播信息完整（2分）各直播环节内容有创意，能围绕直播主题达成直播目标，9条内容总计27分	
	数据优化 分析（20分）	运营情况分析	8分	对数据分析全面；对公司直播运营情况描述清晰（8分）。	
		运营改进策略	12分	对企业直播营销整体营运目标正确（4分）思路清晰，策略得当（4分）有较强的可操作性（4分）。	
合计			100分		

试题评阅人签名_____

20. 试题编号：H3-20，移动商务运营

（1）任务描述

玛氏公司是全球最大的食品生产商之一，拥有众多世界知名的品牌。在这些品牌中，价值超过十亿美元的品牌就包括德芙、玛氏、M&M'S、士力架、UNCLE BEN'S、傲白、宝路、皇家、伟嘉和特趣。

测试任务

随着移动互联网的蓬勃发展，公司为了加大移动互联网的营销力度，计划开发移动营销业务，使用短视频、直播方式来推广公司业务，扩大公司影响力。

抖音短视频 (<https://www.douyin.com/>)，一个旨在帮助大众用户表达自我，记录美好生活的短视频分享平台。为用户创造丰富多样的玩法，让用户在生活中轻松快速产出优质短视频。

1) 抖音号的账号搭建

①抖音号名称设计

玛氏巧克力在视频营销过程中，针对不同的产品，实行多号战略。请为集团设计2个抖音号账号。一个是糖果巧克力类食品，一个是宠物类食品。并说明理由。（抖音号：一般越短越好；要简单、好记、易理解、特别；加强权威性，同时切忌生疏冷僻词汇；不要单独使用大群体词汇等。）

序号	名称	理由
1		
2		

②抖音号头像设计

抖音账号头像是辨识账号的一个主要标准。用户打开一个短视频账号，吸引他进入除了内容外就是头像了。选取头像要符合两个原则：符合身份特征、图像清晰美观。请在下表中为玛氏公司策划一个头像思路。

短视频账号常见头像类型（2分）	
玛氏巧克力选择何种类型（1分）	
设计理由：（2分）	

③抖音号简介设计

“一个集美貌与才华于一身的女子”这样的简介能让你马上识别出账号的主体。现在的视频平台比较多，账号数量较多，账号简介对账号的辨识度有很大帮助。一条优质的简介能迅速了解账号的基本定位，吸引用户的关注。请在下表中为玛氏公司策划两条有特点的简介。

账号简介策划一：	
账号简介策划二：	

2) 抖音号内容规划

抖音是今日头条旗下开放的视频内容创作与分发平台。企业开展视频营销时，持续的内容输出非常重要，因此，应考虑企业实际情况，合理规划内容主题，确定各主题内容的占比，突出企业产品特色。请在下表为玛氏公司规划内容主题。

抖音号常见内容主题？	
玛氏公司选择哪几种内容主题	
内容主题占比规划及理由：	

3) 直播岗位认知

抖音平台也是主流的直播平台，玛氏公司在准备直播前，都已经确定好了相关的直播人员各司其职，有主播、运营、场控等职位，那根据你的理解，描述这些岗位的工作职责是什么呢？完成下表中的内容。

直播岗位	岗位主要职责
主播	
副播	
运营	
场控	
客服	

4) 直播脚本设计

直播中脚本设计能够把控直播节奏，让直播效益最大化。公司准备利用直播平台开展一场直播带货活动，请依据公司背景和产品特点，按照直播脚本撰写的原则及流程为该公司设计一次单品直播脚本。完成下表中的内容。

()产品直播脚本设计

直播主题		
直播产品		
主播		
固定环节	目标要求	基本内容
1. 需求引导	描述画面：联想产品在生活中有哪些适用的场景，生动的描述出来，与粉丝产生共鸣	
2. 产品简况	由表及里，分步骤描述：包装、规格、成分、色彩、触感、口感，以及使用时的感觉等	
3. 产品品牌	品牌优势：可信度与品牌形象	
4. 店铺详情	店铺优势：熟知店铺规格，扬长避短且客观反映店铺优势	
5. 产品卖点	卖点罗列：产品优势的逐一罗列，体现主播专业性	
6. 深抢优势	重点突出：选择1-2个最突出最能打动人的产品优势进行深度讲述	
7. 用户评价	别人怎么说：复述其他用户对本产品的好评	
8. 直播优惠	独一无二：务必让你的粉丝感受到专属的尊重	
9. 限时限量	粉丝专属：用坚定的语言让粉丝感受到产品的稀缺，促成交易的达成	

5) 数据优化分析

直播数据复盘

在一场直播结束后，对直播数据分析和整理尤为重要。在本场直播数据图1中，请你为公司进行分析，完成下表中的内容。



1. 简要概述总体直播情况
2. 在最低流量时刻直播有可能出现了什么问题？提出你的改进策略。

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，
软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-20)

移动商务运营评分卡(试题 H3-20)

评价内容			配分	评分标准	备注
职业素养(5 分)			5分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作纪律、举止文明。操作过程规范、文档规范、工整。	
工作任务 (95 分)	抖音号的 账号搭建 (25分)	抖音号名称设计	10分	确定企业名称恰当合理，理由充分有新意。2个名称，总计10分	
		抖音号头像设计	5分	类型回答正确（2分）；企业选择何种类型合理（1分）；理由充分正当（2 分）。	
		抖音号简介设计	10分	账号简介特色鲜明，与企业定位吻合（2分）2个简介策划各有侧重点，总计10分	
	抖音号内容规划（10分）		10分	常见类型回答正确（2分），选择合理，理由思路清晰，具有说服力（3分）内容占比分配能合理，能有效体现企业特点（5分）	
	直播岗位认知（10分）		10分	岗位描述正确，分工明确，5个岗位共10分	
	直播脚本设计（30分）		30分	直播主题明确（1分）产品信息，主播信息完整（2分）各直播环节内容有创意，能围绕直播主题达成直播目标，9条内容总计27分	
	数据优化 分析（20分）	运营情况分析	8分	对数据分析全面；对公司直播运营情况描述清晰（8分）。	
		运营改进策略	12分	对企业直播营销整体营运目标正确（4分）思路清晰，策略得当（4分）有较强的可操作性（4分）。	
合计			100分		

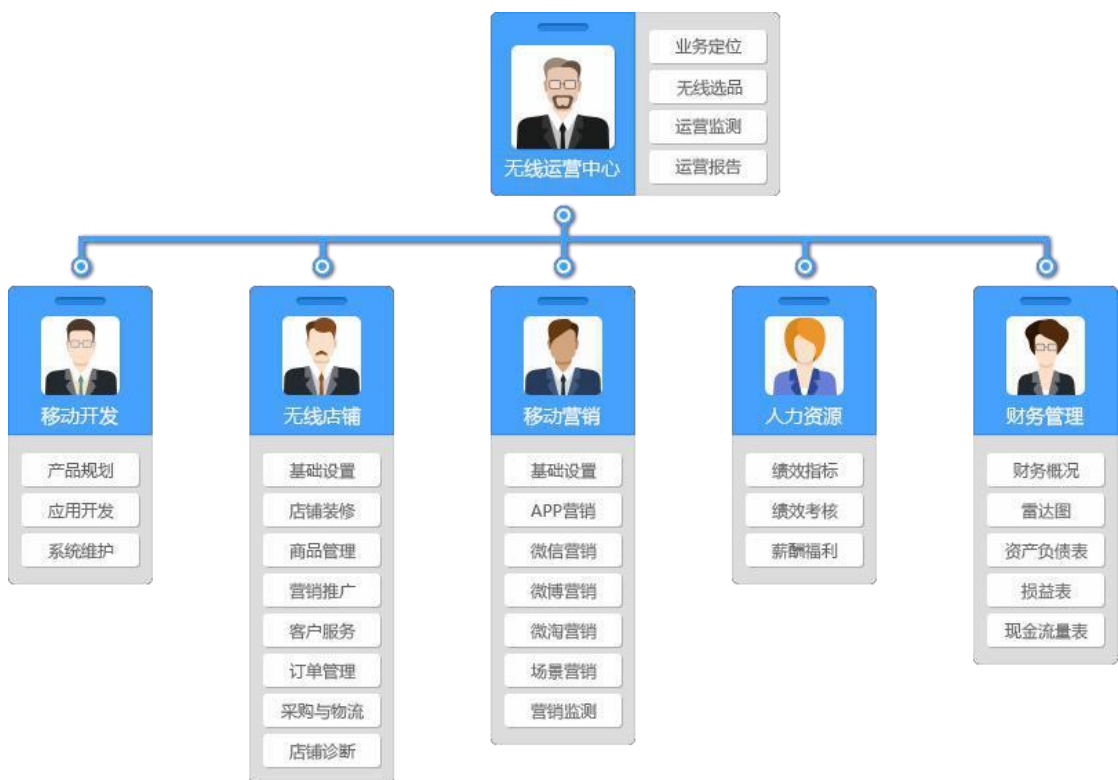
试题评阅人签名_____

21. 试题编号：H3-21，移动商务运营

（1）任务描述

1) 测试背景角色与职责

您与您的团队经营一家以移动端电商业务为核心的公司，在公司经营之初，你们将拥有一笔200万元的启动资金，用以组建各自的虚拟公司。虚拟公司由无线运营中心、移动开发部、无线店铺运营部、移动营销部、人力资源部、财务部六大部门构成，其中无线运营中心为公司战略指导单位。虚拟公司将经历若干经营周期，每个经营周期包含了若干步被分解的决策任务，这些任务涉及信息研究、研发、采购、营销、客户服务、物流配送、财务管理等企业经营的各个环节。每个团队内部，可以分角色扮演，承担不同部门的业务操作，但仍需要互相讨论分析每一步决策任务，并形成最后一致认为最优的决策意见输入对应业务后台。



2) 用户与需求

公司的经营行业限定为男士服饰，有4种商品可供选择，分别为衬衫、T恤、牛仔裤和卫衣。当前期，市场上四种商品的热销度依次为T恤、牛仔裤、衬衫和卫衣。



公司面对的消费群体一致，该类群体对店铺、商品、推广渠道与信息等具有不同的敏感程度：店铺：容易受到视觉刺激，视觉效果非常重要，也是他们是否做出购买决策的重要因素；商品：对价格比较敏感，价格是重要的参考要素之一，但并不是绝对因素；客服：电商网站选择什么形式的客户服务以及客户服务内容也很重要，该类线上消费者认为，判断一家电商的品牌价值就要看他们是否能提供高质量的客户服务；社交媒体：对社交媒体使用频率较高，并且会利用社交媒体搜索商品，做购买决策时会关注微博、微信等渠道的内容；浏览习惯：倾向于直接展示的方式，不喜欢在大量信息中手动筛选或寻找，所以排行靠前的信息更容易引起关注。

3) 市场与竞争

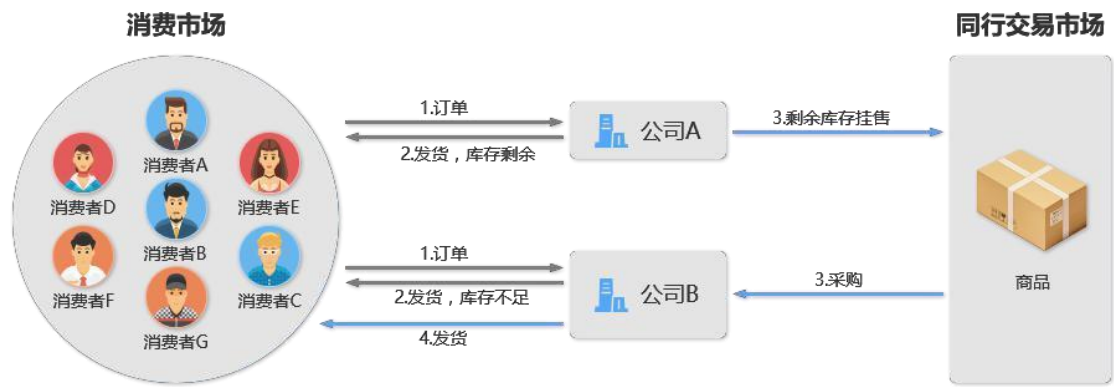
您所经营的虚拟公司，类似于线上经销商的角色，无需进行自主生产，只需要向生产供应商采购商品，进而进行销售。目前市场上男士服饰商品的供应已被垄断，且货源充足，但该供应商并未设置垄断高价，而采用阶梯定价法，单批采购量越高能获得的采购单价相对越低。商品采购价如下：

衬衫	采购量 1-1000件	195元/件	采购量 1001-2000件	190元/件	采购量 2001-3000件	185元/件
	采购量 3001-4000件	180元/件	采购量 4001-5000件	175元/件	采购量 5000件以上	170元/件
T恤	采购量 1-1000件	160元/件	采购量 1001-2000件	155元/件	采购量 2001-3000件	150元/件
	采购量 3001-4000件	145元/件	采购量 4001-5000件	140元/件	采购量 5000件以上	135元/件
牛仔裤	采购量 1-1000件	270元/件	采购量 1001-2000件	265元/件	采购量 2001-3000件	260元/件
	采购量 3001-4000件	255元/件	采购量 4001-5000件	250元/件	采购量 5000件以上	245元/件
卫衣	采购量 1-1000件	180元/件	采购量 1001-2000件	175元/件	采购量 2001-3000件	170元/件
	采购量 3001-4000件	165元/件	采购量 4001-5000件	160元/件	采购量 5000件以上	155元/件

市场上所有移动商务企业面对同一消费市场，通过经营争夺订单。同一商品，经营企业越多，相对竞争越激烈，能获得的市场份额可能越少，所以选择正确的商品细分市场很重要。

4) 同行交易

在实际经营过程中，各企业的商品库存量和订单需求量往往无法做到完全匹配，库存积压或缺货现象时有发生。同行交易市场，为各企业提供了一个除消费市场以外的第二交易市场，将已有库存能满足的订单处理完成后，库存仍剩余的企业可向缺货企业进行商品转售，进而缺货企业可以用补来的货继续完成订单发货。



最后，希望您的公司在经历完各期运营后，能够成为本行业的佼佼者！

5) 任务测试

请根据测试题所给商品明细表中的商品及市场与竞争分析进行合理选品和商品的采购数量。分别利用APP、微信、微博、微淘及微场景等营销工具进行推广运营。（注：技能考核时，表格中实际商品名称、规格及数量可能根据市场供给情况有个别调整，以考核时提供为准）

6) 要求

您与您的团队经营一家以移动端电商业务为核心的公司，在公司经营之初，你们将拥有一笔200万元的启动资金，用以组建各自的虚拟公司。虚拟公司由无线运营中心、移动开发部、无线店铺运营部、营销部、人力资源部、财务部六大部门构成，其中无线运营中心为公司战略指导单位。虚拟公司将经历1个经营周期，分解决策任务，这些任务涉及信息研究、研发、采购、营销、客户服务、物流配送、财务管理等企业经营的各个环节。每个团队内部，可以分角色扮演，承担不同部门的业务操作，但仍需要互相讨论分析每一步决策任务，并形成最后一致认为最优的决策意见输入对应业务后台。最后运营结束后系统自动生成经营成绩和企业排名。

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，HyperSnap6.0 截图工具软件、谷歌浏览器

场地：详见服务器平台（地址：<http://10.0.62.99/allpassmbeo>）

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-21)

试题评分卡(试题 H3-21)

评价内容		配分	评分细则	考核得分
职业素养 (10 分)		10分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。记 4分/7分/10分	
工作任务（90分）	无线运营中心	5分	业务定位，完成无线店铺，独立APP，微商城开发 2分	
			无线选品，选择2件商品，预计销量设置与市场基本符合 3分	
	移动开发	20分	移动应用规划, 选择合理的开发模式，选择操作系统，开发预算与实际开发费用基本符合。且完成微信开发规划 2分	
			应用开发：上传轮播图6张，图片包含背景和产品；设置标签3 个且与产品相关；设置底部导航至少2个且符合用户使用习惯；完成子功能选择10个且包含每个分类；完成APP名称，图标，启动图，引导图，版本号 9分	
			微信二次开发，设置公众号名称，与产品相关；设置自定义导航，一级菜单3个且至少有1个二级菜单，用户体验好便于阅读和选择；完成多图文回复至少包含2个图文素材，完成推送 9分	
	无线店铺	20分	完成店铺名称，店铺logo，店铺简介（20字以上通顺简洁）的 设置；支付设置至少包含支付宝，银联，百度钱包；物流设置 选择顺丰 5 分	
			店铺装修，与模板要求模块相符，图片包含背景和产品无变形，产品真实上架 10分	
			完成商品采购，预算基本相符；完成商品管理，标题包含关键词，价格设置合理不能超过市场均价2倍 5分	
	移动营销基础设置	5分	完成应用市场，微信订阅号，企业微博，企业微淘信息设置；各营销渠道预算合理	
	APP营销	10分	完成账户充值，应用上传 2 分	
			建立推广计划，广告名称清晰易懂，投放展示广告，文案至少 20 字构思新颖能吸引用户下载，主题紧扣推广目标，出价合理 8 分	
	微信营销	10分	完成微信认证，个性签名，功能介绍，简单，好记，易理解 2 分	
			建立推广计划，图片清晰包含产品，文案至少20字构思能吸引用户点击，出价合理 8 分	
	微博营销	5分	账户充值，建立推广计划，文案至少20字，简明扼要，有新意，目标用户选择针对性强	
	微淘营销	10分	发广播，商品，活动3种类型微淘，图片清晰无变形包含产品，文案至少20字，其中活动类型微淘必须设置优惠券	
场景营销	5分	生成推广二维码 2分		
		设置H5，行业选择正确 3分		
合计		100分		

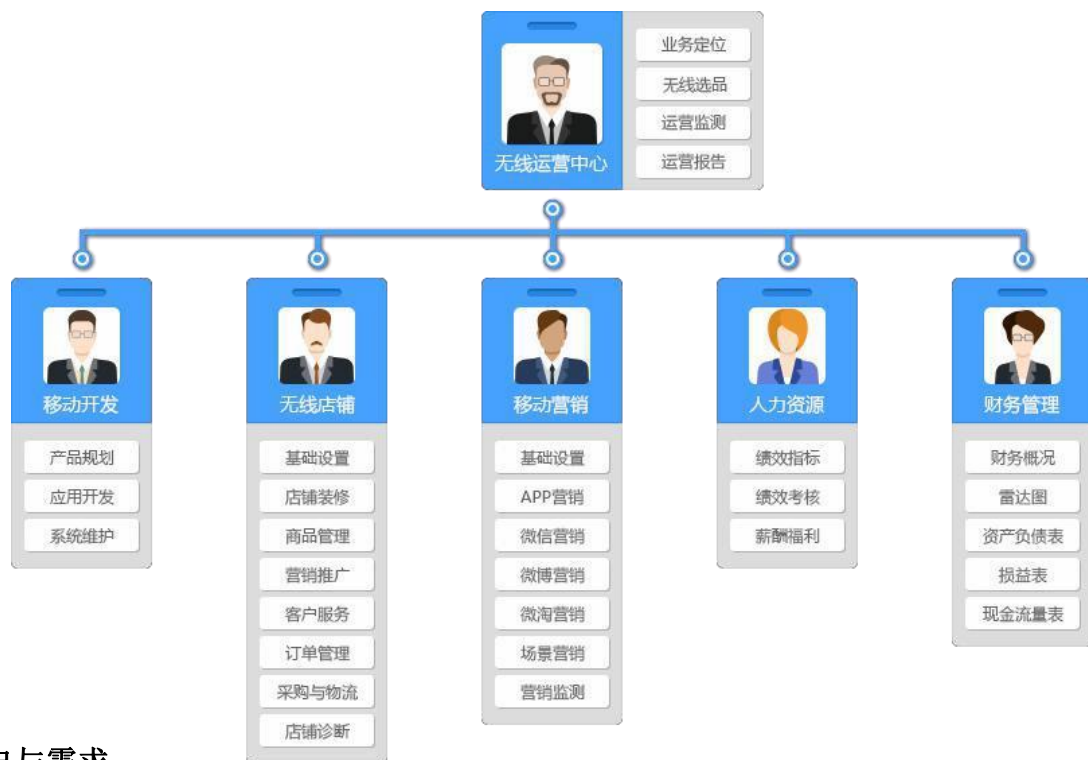
试卷评阅人签名: _____

22. 试题编号：H3-22，移动商务运营

（1）任务描述

1) 测试背景角色与职责

您与您的团队经营一家以移动端电商业务为核心的公司，在公司经营之初，你们将拥有一笔200万元的启动资金，用以组建各自的虚拟公司。虚拟公司由无线运营中心、移动开发部、无线店铺运营部、移动营销部、人力资源部、财务部六大部门构成，其中无线运营中心为公司战略指导单位。虚拟公司将经历若干经营周期，每个经营周期包含了若干步被分解的决策任务，这些任务涉及信息研究、研发、采购、营销、客户服务、物流配送、财务管理等企业经营的各个环节。每个团队内部，可以分角色扮演，承担不同部门的业务操作，但仍需要互相讨论分析每一步决策任务，并形成最后一致认为最优的决策意见输入对应业务后台。



2) 用户与需求

公司的经营行业限定为女士服饰，有4种商品可供选择，分别为连衣裙、背心、牛仔裤和T恤。当前期，市场上四种商品的热销度依次为牛仔裤、背心、连衣裙和T恤。



公司面对的消费群体一致，该类群体对店铺、商品、推广渠道与信息等具有不同的敏感程度：店铺：容易受到视觉刺激，视觉效果非常重要，也是他们是否做出购买决策的重要因素；商品：对价格比较敏感，价格是重要的参考要素之一，但并不是绝对因素；客服：电商网站选择什么形式的客户服务以及客户服务内容也很重要，该类线上消费者认为，判断一家电商的品牌价值就要看他们是否能提供高质量的客户服务；社交媒体：对社交媒体使用频率较高，并且会利用社交媒体搜索商品，做购买决策时会关注微博、微信等渠道的内容；浏览习惯：倾向于直接展示的方式，不喜欢在大量信息中手动筛选或寻找，所以排行靠前的信息更容易引起关注。

3) 市场与竞争

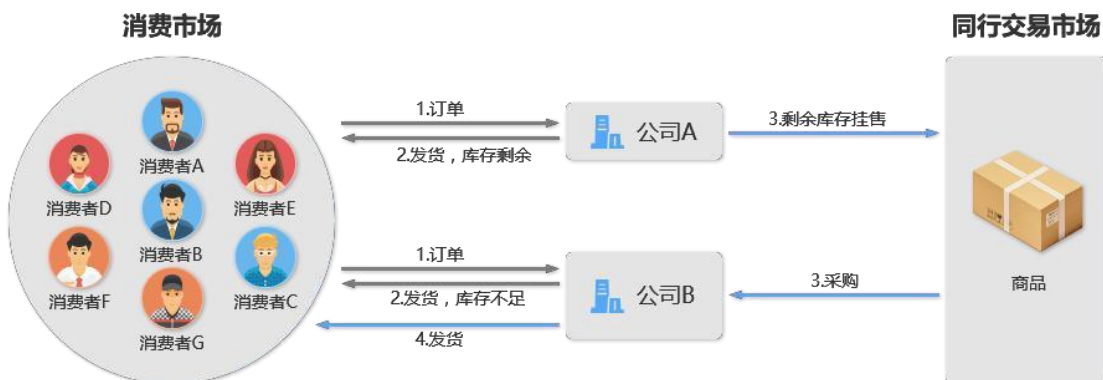
您所经营的虚拟公司，类似于线上经销商的角色，无需进行自主生产，只需要向生产供应商采购商品，进而进行销售。目前市场上女士服饰商品的供应已被垄断，且货源充足，但该供应商并未设置垄断高价，而采用阶梯定价法，单批采购量越高能获得的采购单价相对越低。商品采购价如下：

连衣裙	采购量 1-1000件 328元/件	采购量 1001-2000件 323元/件	采购量 2001-3000件 318元/件
	采购量 3001-4000件 313元/件	采购量 4001-5000件 308元/件	采购量 5000件以上 303元/件
背心	采购量 1-1000件 100元/件	采购量 1001-2000件 95元/件	采购量 2001-3000件 90元/件
	采购量 3001-4000件 85元/件	采购量 4001-5000件 80元/件	采购量 5000件以上 75元/件
牛仔裤	采购量 1-1000件 280元/件	采购量 1001-2000件 275元/件	采购量 2001-3000件 270元/件
	采购量 3001-4000件 265元/件	采购量 4001-5000件 260元/件	采购量 5000件以上 255元/件
T恤	采购量 1-1000件 150元/件	采购量 1001-2000件 145元/件	采购量 2001-3000件 140元/件
	采购量 3001-4000件 135元/件	采购量 4001-5000件 130元/件	采购量 5000件以上 125元/件

市场上所有移动商务企业面对同一消费市场，通过经营争夺订单。同一商品，经营企业越多，相对竞争越激烈，能获得的市场份额可能越少，所以选择正确的商品细分市场很重要。

4) 同行交易

在实际经营过程中，各企业的商品库存量和订单需求量往往无法做到完全匹配，库存积压或缺货现象时有发生。同行交易市场，为各企业提供了一个除消费市场以外的第二交易市场，将已有库存能满足的订单处理完成后，库存仍剩余的企业可向缺货企业进行商品转售，进而缺货企业可以用补来的货继续完成订单发货。



最后，希望您的公司在经历完各期运营后，能够成为本行业的佼佼者！

5) 任务测试

请根据测试题所给商品明细表中的商品及市场与竞争分析进行合理选品和商品的采购数量。分别利用APP、微信、微博、微淘及微场景等营销工具进行推广运营。（注：技能考核时，表格中实际商品名称、规格及数量可能根据市场供给情况有个别调整，以考核时提供为准）

6) 要求

您与您的团队经营一家以移动端电商业务为核心的公司，在公司经营之初，你们将拥有一笔200万元的启动资金，用以组建各自的虚拟公司。虚拟公司由无线运营中心、移动开发部、无线店铺运营部、营销部、人力资源部、财务部六大部门构成，其中无线运营中心为公司战略指导单位。虚拟公司将经历1个经营周期，分解决策任务，这些任务涉及信息研究、研发、采购、营销、客户服务、物流配送、财务管

理等企业经营的各个环节。每个团队内部，可以分角色扮演，承担不同部门的业务操作，但仍需要互相讨论分析每一步决策任务，并形成最后一致认为最优的决策意见输入对应业务后台。最后运营结束后系统自动生成经营成绩和企业排名。

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，HyperSnap6.0 截图工具软件、谷歌浏览器

场地：详见服务器平台（地址：<http://10.0.62.99/allpassmbeo>）

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-22)

试题评分卡(试题 H3-22)

评价内容		配分	评分细则	考核得分
职业素养 (10 分)		10分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。记 4分/7分/10分	
工作任务（90 分）	无线运营中心	5分	业务定位，完成无线店铺，独立APP，微商城开发 2分	
			无线选品，选择2件商品，预计销量设置与市场基本符合 3分	
	移动开发	20分	移动应用规划, 选择合理的开发模式，选择操作系统，开发预算与实际开发费用基本符合。且完成微信开发规划 2分	
			应用开发：上传轮播图6张，图片包含背景和产品；设置标签3 个且与产品相关；设置底部导航至少2个且符合用户使用习惯；完成子功能选择10个且包含每个分类；完成APP名称，图标，启动图，引导图，版本号 9分	
			微信二次开发，设置公众号名称，与产品相关；设置自定义导航，一级菜单3个且至少有1个二级菜单，用户体验好便于阅读和选择；完成多图文回复至少包含2个图文素材，完成推送 9分	
	无线店铺	20分	完成店铺名称，店铺logo，店铺简介（20字以上通顺简洁）的 设置；支付设置至少包含支付宝，银联，百度钱包；物流设置选择顺丰 5 分	
			店铺装修，与模板要求模块相符，图片包含背景和产品无变形，产品真实上架 10分	
			完成商品采购，预算基本相符；完成商品管理，标题包含关键词，价格设置合理不能超过市场均价2倍 5分	
	移动营销基础设置	5分	完成应用市场，微信订阅号，企业微博，企业微淘信息设置；各营销渠道预算合理	
	APP营销	10分	完成账户充值，应用上传 2 分	
			建立推广计划，广告名称清晰易懂，投放展示广告，文案至少 20 字构思新颖能吸引用户下载，主题紧扣推广目标，出价合理 8 分	
	微信营销	10分	完成微信认证，个性签名，功能介绍，简单，好记，易理解 2 分	
			建立推广计划，图片清晰包含产品，文案至少20字构思能吸引用户点击，出价合理 8 分	
	微博营销	5分	账户充值，建立推广计划，文案至少20字，简明扼要，有新意，目标用户选择针对性强	
微淘营销	10分	发广播，商品，活动3种类型微淘，图片清晰无变形包含产品，文案至少20字，其中活动类型微淘必须设置优惠券		
场景营销	5分	生成推广二维码 2分		
		设置H5，行业选择正确 3分		
合计		100分		

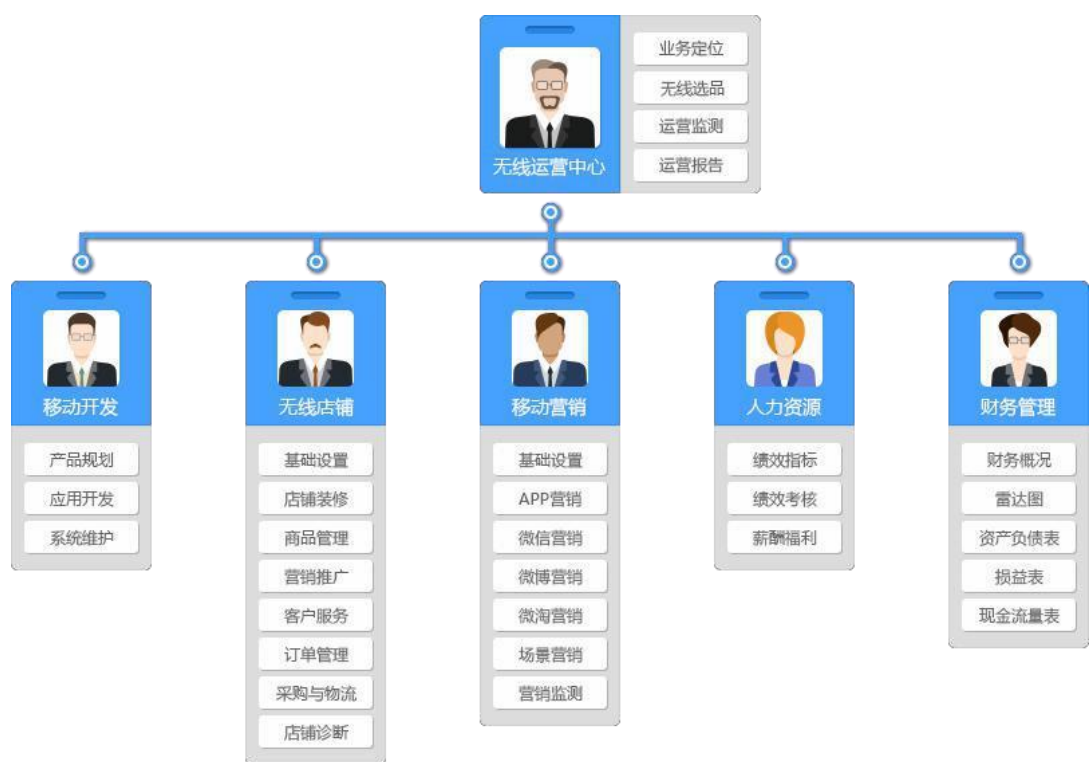
试题评阅人签名_____

23. 试题编号：H3-23，移动商务运营

(1) 任务描述

1) 测试背景角色与职责

您与您的团队经营一家以移动端电商业务为核心的公司，在公司经营之初，你们将拥有一笔200万元的启动资金，用以组建各自的虚拟公司。虚拟公司由无线运营中心、移动开发部、无线店铺运营部、移动营销部、人力资源部、财务部六大部门构成，其中无线运营中心为公司战略指导单位。虚拟公司将经历若干经营周期，每个经营周期包含了若干步被分解的决策任务，这些任务涉及信息研究、研发、采购、营销、客户服务、物流配送、财务管理等企业经营的各个环节。每个团队内部，可以分角色扮演，承担不同部门的业务操作，但仍需要互相讨论分析每一步决策任务，并形成最后一致认为最优的决策意见输入对应业务后台。



2) 用户与需求

公司的经营行业限定为箱包产品，有4种商品可供选择，分别为电脑包、女包、男士背包和旅行箱。当前期，市场上四种商品的热销度依次为电脑包、男士背包、女包和旅行箱。



公司面对的消费群体一致，该类群体对店铺、商品、推广渠道与信息等具有不同的敏感程度：店铺：容易受到视觉刺激，视觉效果非常重要，也是他们是否做出购买决策的重要因素；商品：对价格比较敏感，价格是重要的参考要素之一，但并不是绝对因素；客服：电商网站选择什么形式的客户服务以及客户服务内容也很重要，该类线上消费者认为，判断一家电商的品牌价值就要看他们是否能提供高质量的客户服务；社交媒体：对社交媒体使用频率较高，并且会利用社交媒体搜索商品，做购买决策时会关注微博、微信等渠道的内容；浏览习惯：倾向于直接展示的方式，不喜欢在大量信息中手动筛选或寻找，所以排行靠前的信息更容易引起关注。

3) 市场与竞争

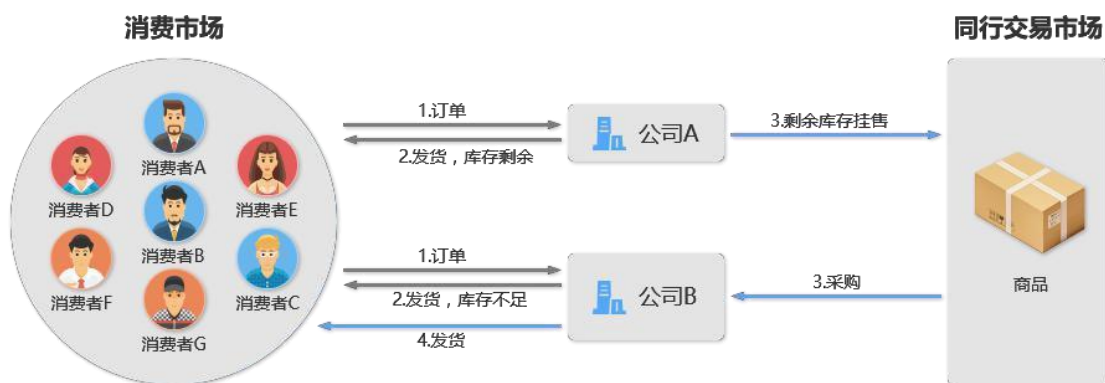
您所经营的虚拟公司，类似于线上经销商的角色，无需进行自主生产，只需要向生产供应商采购商品，进而进行销售。目前市场上男士服饰商品的供应已被垄断，且货源充足，但该供应商并未设置垄断高价，而采用阶梯定价法，单批采购量越高能获得的采购单价相对越低。商品采购价如下：

电脑包	采购量 1-1000个	100元/个	采购量 1001-2000个	95元/个	采购量 2001-3000个	90元/个
	采购量 3001-4000个	85元/个	采购量 4001-5000个	80元/个	采购量 5000个以上	75元/个
女包	采购量 1-1000个	300元/个	采购量 1001-2000个	295元/个	采购量 2001-3000个	290元/个
	采购量 3001-4000个	285元/个	采购量 4001-5000个	280元/个	采购量 5000个以上	275元/个
男士背包	采购量 1-1000个	150元/个	采购量 1001-2000个	145元/个	采购量 2001-3000个	140元/个
	采购量 3001-4000个	135元/个	采购量 4001-5000个	130元/个	采购量 5000个以上	125元/个
旅行箱	采购量 1-1000个	500元/个	采购量 1001-2000个	495元/个	采购量 2001-3000个	490元/个
	采购量 3001-4000个	485元/个	采购量 4001-5000个	480元/个	采购量 5000个以上	475元/个

市场上所有移动商务企业面对同一消费市场，通过经营争夺订单。同一商品，经营企业越多，相对竞争越激烈，能获得的市场份额可能越少，所以选择正确的商品细分市场很重要。

4) 同行交易

在实际经营过程中，各企业的商品库存量和订单需求量往往无法做到完全匹配，库存积压或缺货现象时有发生。同行交易市场，为各企业提供了一个除消费市场以外的第二交易市场，将已有库存能满足的订单处理完成后，库存仍剩余的企业可向缺货企业进行商品转售，进而缺货企业可以用补来的货继续完成订单发货。



最后，希望您的公司在经历完各期运营后，能够成为本行业的佼佼者！

5) 任务测试

请根据测试题所给商品明细表中的商品及市场与竞争分析进行合理选品和商品的采购数量。分别利用APP、微信、微博、微淘及微场景等营销工具进行推广运营。（注：技能考核时，表格中实际商品名称、规格及数量可能根据市场供给情况有个别调整，以考核时提供为准）

6) 要求

您与您的团队经营一家以移动端电商业务为核心的公司，在公司经营之初，你们将拥有一笔200万元的启动资金，用以组建各自的虚拟公司。虚拟公司由无线运营中心、移动开发部、无线店铺运营部、移动营销部、人力资源部、财务部六大部门构成，其中无线运营中心为公司战略指导单位。虚拟公司将经历1

个经营周期，分解决策任务，这些任务涉及信息研究、研发、采购、营销、客户服务、物流配送、财务管理等企业经营的各个环节。每个团队内部，可以分角色扮演，承担不同部门的业务操作，但仍需要互相讨论分析每一步决策任务，并形成最后一致认为最优的决策意见输入对应业务后台。最后运营结束后系统自动生成经营成绩和企业排名。

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，HyperSnap6.0 截图工具软件、谷歌浏览器

场地：详见服务器平台（地址：<http://10.0.62.99/allpassmbeo>）

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-23)

试题评分卡(试题 H3-23)

评价内容		配分	评分细则	考核得分
职业素养 (10 分)		10分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。记 4分/7分/10分	
工作任务 (90 分)	无线运营中心	5分	业务定位, 完成无线店铺, 独立APP, 微商城开发 2分	
			无线选品, 选择2件商品, 预计销量设置与市场基本符合 3分	
	移动开发	20分	移动应用规划, 选择合理的开发模式, 选择操作系统, 开发预算与实际开发费用基本符合。且完成微信开发规划 2分	
			应用开发: 上传轮播图6张, 图片包含背景和产品; 设置标签3 个且与产品相关; 设置底部导航至少2个且符合用户使用习惯; 完成子功能选择10个且包含每个分类; 完成APP名称, 图标, 启动图, 引导图, 版本号 9分	
			微信二次开发, 设置公众号名称, 与产品相关; 设置自定义导航, 一级菜单3个且至少有1个二级菜单, 用户体验好便于阅读和选择; 完成多图文回复至少包含2个图文素材, 完成推送 9 分	
	无线店铺	20分	完成店铺名称, 店铺logo, 店铺简介(20字以上通顺简洁)的 设置; 支付设置至少包含支付宝, 银联, 百度钱包; 物流设置 选择顺丰 5 分	
			店铺装修, 与模板要求模块相符, 图片包含背景和产品无变形, 产品真实上架 10分	
			完成商品采购, 预算基本相符; 完成商品管理, 标题包含关键词, 价格设置合理不能超过市场均价2倍 5分	
	移动营销基础设置	5分	完成应用市场, 微信订阅号, 企业微博, 企业微淘信息设置; 各营销渠道预算合理	
	APP营销	10分	完成账户充值, 应用上传 2 分	
			建立推广计划, 广告名称清晰易懂, 投放展示广告, 文案至少 20 字构思新颖能吸引用户下载, 主题紧扣推广目标, 出价合理 8 分	
	微信营销	10分	完成微信认证, 个性签名, 功能介绍, 简单, 好记, 易理解 2 分	
			建立推广计划, 图片清晰包含产品, 文案至少20字构思能吸引用户点击, 出价合理 8 分	
	微博营销	5分	账户充值, 建立推广计划, 文案至少20字, 简明扼要, 有新意, 目标用户选择针对性强	
	微淘营销	10分	发广播, 商品, 活动3种类型微淘, 图片清晰无变形包含产品, 文案至少20字, 其中活动类型微淘必须设置优惠券	
	场景营销	5分	生成推广二维码 2分	
			设置H5, 行业选择正确 3分	
合计		100分		

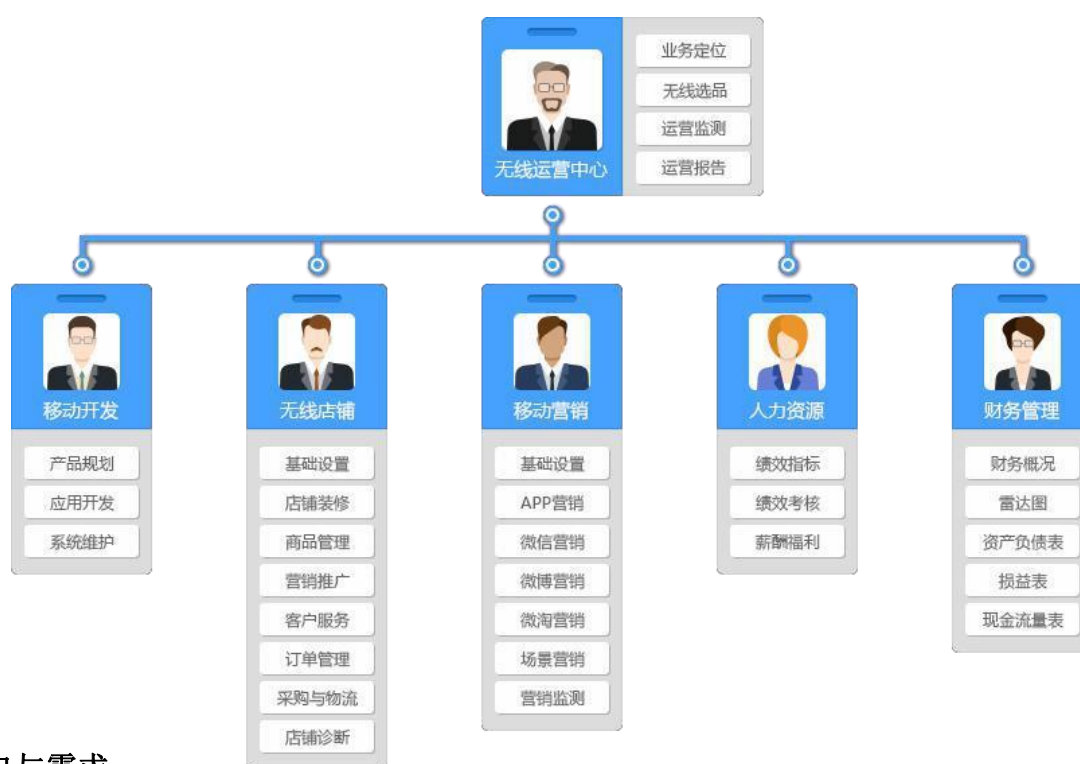
试题评阅人签名_____

24. 试题编号：H3-24，移动商务运营

(1) 任务描述

1) 测试背景角色与职责

您与您的团队经营一家以移动端电商业务为核心的公司，在公司经营之初，你们将拥有一笔200万元的启动资金，用以组建各自的虚拟公司。虚拟公司由无线运营中心、移动开发部、无线店铺运营部、移动营销部、人力资源部、财务部六大部门构成，其中无线运营中心为公司战略指导单位。虚拟公司将经历若干经营周期，每个经营周期包含了若干步被分解的决策任务，这些任务涉及信息研究、研发、采购、营销、客户服务、物流配送、财务管理等企业经营的各个环节。每个团队内部，可以分角色扮演，承担不同部门的业务操作，但仍需要互相讨论分析每一步决策任务，并形成最后一致认为最优的决策意见输入对应业务后台。



2) 用户与需求

公司的经营行业限定为美妆日化，有4种商品可供选择，分别为牙膏、面膜、手工皂和洗面奶。当前，市场上四种商品的热销度依次为牙膏、面膜、洗面奶和手工皂。



公司面对的消费群体一致，该类群体对店铺、商品、推广渠道与信息等具有不同的敏感程度：店铺：容易受到视觉刺激，视觉效果非常重要，也是他们是否做出购买决策的重要因素；商品：对价格比较敏感，价格是重要的参考要素之一，但并不是绝对因素；客服：电商网站选择什么形式的客户服务以及客户服务内容也很重要，该类线上消费者认为，判断一家电商的品牌价值就要看他们是否能提供高质量的客户服务；社交媒体：对社交媒体使用频率较高，并且会利用社交媒体搜索商品，做购买决策时会关注微博、微信等渠道的内容；浏览习惯：倾向于直接展示的方式，不喜欢在大量信息中手动筛选或寻找，所以排行靠前的信息更容易引起关注。

3) 市场与竞争

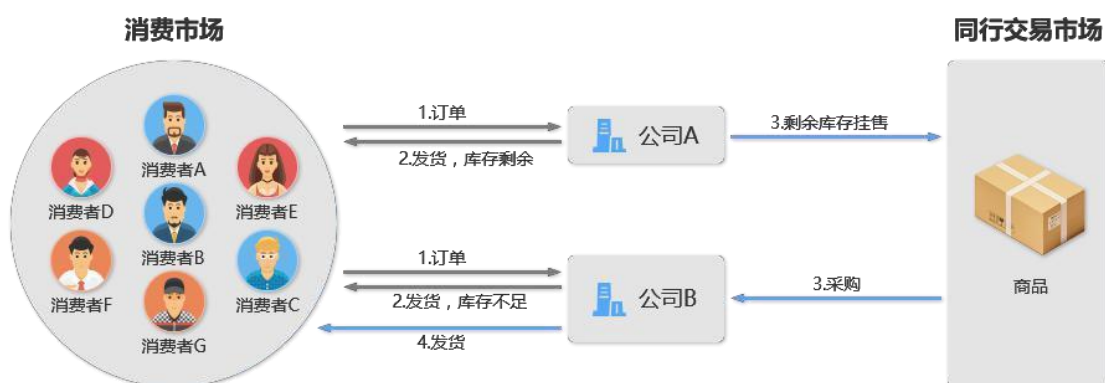
您所经营的虚拟公司，类似于线上经销商的角色，无需进行自主生产，只需要向生产供应商采购商品，进而进行销售。目前市场上女士服饰商品的供应已被垄断，且货源充足，但该供应商并未设置垄断高价，而采用阶梯定价法，单批采购量越高能获得的采购单价相对越低。商品采购价如下：

牙膏	采购量 1-1000个 35元/个	采购量 1001-2000个 34元/个	采购量 2001-3000个 33元/个
	采购量 3001-4000个 32元/个	采购量 4001-5000个 31元/个	采购量 5000个以上 30元/个
面膜	采购量 1-1000盒 200元/盒	采购量 1001-2000盒 199元/盒	采购量 2001-3000盒 198元/盒
	采购量 3001-4000盒 197元/盒	采购量 4001-5000盒 196元/盒	采购量 5000盒以上 195元/盒
手工皂	采购量 1-1000个 120元/个	采购量 1001-2000个 119元/个	采购量 2001-3000个 118元/个
	采购量 3001-4000个 117元/个	采购量 4001-5000个 116元/个	采购量 5000个以上 115元/个
洗面奶	采购量 1-1000个 110元/个	采购量 1001-2000个 109元/个	采购量 2001-3000个 108元/个
	采购量 3001-4000个 107元/个	采购量 4001-5000个 106元/个	采购量 5000个以上 105元/个

市场上所有移动商务企业面对同一消费市场，通过经营争夺订单。同一商品，经营企业越多，相对竞争越激烈，能获得的市场份额可能越少，所以选择正确的商品细分市场很重要。

4) 同行交易

在实际经营过程中，各企业的商品库存量和订单需求量往往无法做到完全匹配，库存积压或缺货现象时有发生。同行交易市场，为各企业提供了一个除消费市场以外的第二交易市场，将已有库存能满足的订单处理完成后，库存仍剩余的企业可向缺货企业进行商品转售，进而缺货企业可以用补来的货继续完成订单发货。



最后，希望您的公司在经历完各期运营后，能够成为本行业的佼佼者！

5) 任务测试

请根据测试题所给商品明细表中的商品及市场与竞争分析进行合理选品和商品的采购数量。分别利用APP、微信、微博、微淘及微场景等营销工具进行推广运营。（注：技能考核时，表格中实际商品名称、规格及数量可能根据市场供给情况有个别调整，以考核时提供为准）

6) 要求

您与您的团队经营一家以移动端电商业务为核心的公司，在公司经营之初，你们将拥有一笔200万元的启动资金，用以组建各自的虚拟公司。虚拟公司由无线运营中心、移动开发部、无线店铺运营部、营销部、人力资源部、财务部六大部门构成，其中无线运营中心为公司战略指导单位。虚拟公司将经历1个经营周期，分解决策任务，这些任务涉及信息研究、研发、采购、营销、客户服务、物流配送、财务管

理等企业经营的各个环节。每个团队内部，可以分角色扮演，承担不同部门的业务操作，但仍需要互相讨论分析每一步决策任务，并形成最后一致认为最优的决策意见输入对应业务后台。最后运营结束后系统自动生成经营成绩和企业排名。

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，HyperSnap6.0 截图工具软件、谷歌浏览器

场地：详见服务器平台（地址：<http://10.0.62.99/allpassmbeo>）

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-24)

试题评分卡(试题 H3-24)

评价内容		配分	评分细则	考核得分
职业素养 (10 分)		10分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。记 4分/7分/10分	
工作任务（90分）	无线运营中心	5分	业务定位，完成无线店铺，独立APP，微商城开发 2分	
			无线选品，选择2件商品，预计销量设置与市场基本符合 3分	
	移动开发	20分	移动应用规划, 选择合理的开发模式，选择操作系统，开发预算与实际开发费用基本符合。且完成微信开发规划 2分	
			应用开发：上传轮播图6张，图片包含背景和产品；设置标签3 个且与产品相关；设置底部导航至少2个且符合用户使用习惯；完成子功能选择10个且包含每个分类；完成APP名称，图标，启动图，引导图，版本号 9分	
			微信二次开发，设置公众号名称，与产品相关；设置自定义导航，一级菜单3个且至少有1个二级菜单，用户体验好便于阅读和选择；完成多图文回复至少包含2个图文素材，完成推送 9分	
	无线店铺	20分	完成店铺名称，店铺logo，店铺简介（20字以上通顺简洁）的 设置；支付设置至少包含支付宝，银联，百度钱包；物流设置 选择顺丰 5 分	
			店铺装修，与模板要求模块相符，图片包含背景和产品无变形，产品真实上架 10分	
			完成商品采购，预算基本相符；完成商品管理，标题包含关键词，价格设置合理不能超过市场均价2倍 5分	
	移动营销基础设置	5分	完成应用市场，微信订阅号，企业微博，企业微淘信息设置；各营销渠道预算合理	
	APP营销	10分	完成账户充值，应用上传 2 分	
			建立推广计划，广告名称清晰易懂，投放展示广告，文案至少 20 字构思新颖能吸引用户下载，主题紧扣推广目标，出价合理 8 分	
	微信营销	10分	完成微信认证，个性签名，功能介绍，简单，好记，易理解 2 分	
			建立推广计划，图片清晰包含产品，文案至少20字构思能吸引用户点击，出价合理 8 分	
	微博营销	5分	账户充值，建立推广计划，文案至少20字，简明扼要，有新意，目标用户选择针对性强	
微淘营销	10分	发广播，商品，活动3种类型微淘，图片清晰无变形包含产品，文案至少20字，其中活动类型微淘必须设置优惠券		
场景营销	5分	生成推广二维码 2分		
		设置H5，行业选择正确 3分		
合计		100分		

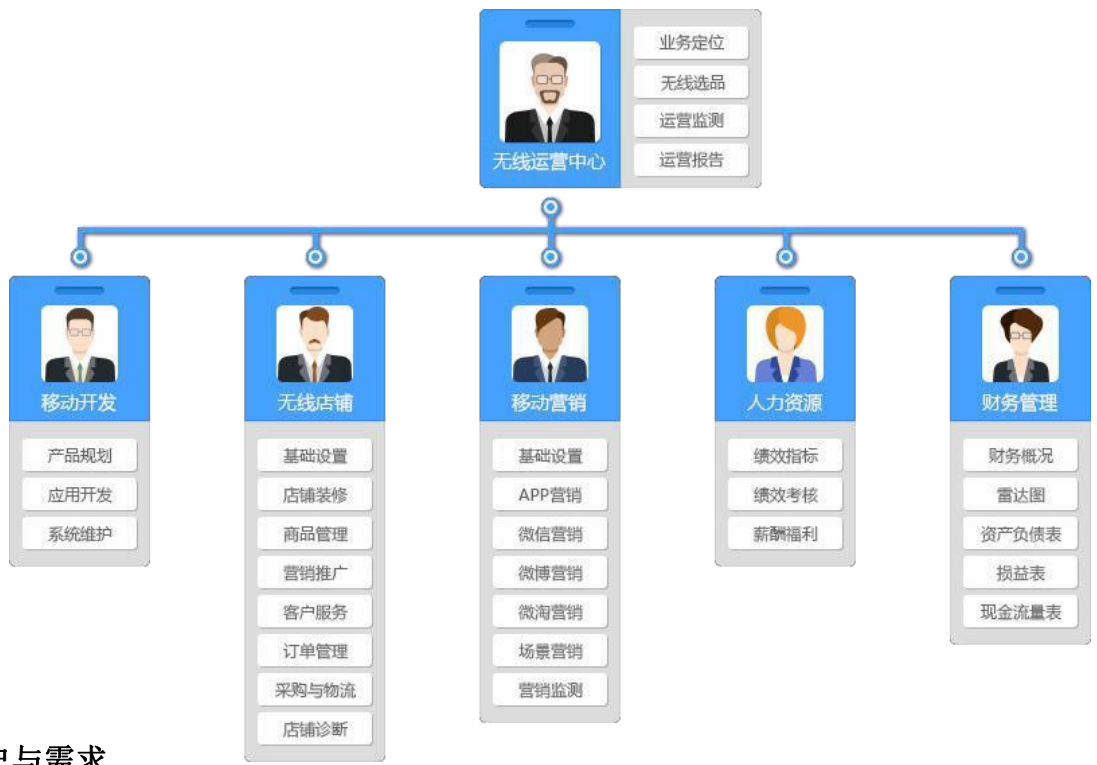
试题评阅人签名_____

25. 试题编号：H3-25，移动商务运营

(1) 任务描述

1) 测试背景角色与职责

您与您的团队经营一家以移动端电商业务为核心的公司，在公司经营之初，你们将拥有一笔200万元的启动资金，用以组建各自的虚拟公司。虚拟公司由无线运营中心、移动开发部、无线店铺运营部、移动营销部、人力资源部、财务部六大部门构成，其中无线运营中心为公司战略指导单位。虚拟公司将经历若干经营周期，每个经营周期包含了若干步被分解的决策任务，这些任务涉及信息研究、研发、采购、营销、客户服务、物流配送、财务管理等企业经营的各个环节。每个团队内部，可以分角色扮演，承担不同部门的业务操作，但仍需要互相讨论分析每一步决策任务，并形成最后一致认为最优的决策意见输入对应业务后台。



2) 用户与需求

公司的经营行业限定为家电产品，有4种商品可供选择，分别为榨汁机、电烤箱、电磁炉和电饭煲。当前期，市场上四种商品的热销度依次为榨汁机、电磁炉、电饭煲和电烤箱。



公司面对的消费群体一致，该类群体对店铺、商品、推广渠道与信息等具有不同的敏感程度：店铺：容易受到视觉刺激，视觉效果非常重要，也是他们是否做出购买决策的重要因素；商品：对价格比较敏感，价格是重要的参考要素之一，但并不是绝对因素；客服：电商网站选择什么形式的客户服务以及客户服务内容也很重要，该类线上消费者认为，判断一家电商的品牌价值就要看他们是否能提供高质量的客户服务；社交媒体：对社交媒体使用频率较高，并且会利用社交媒体搜索商品，做购买决策时会关注微博、微信等渠道的内容；浏览习惯：倾向于直接展示的方式，不喜欢在大量信息中手动筛选或寻找，所以排行靠前的信息更容易引起关注。

3) 市场与竞争

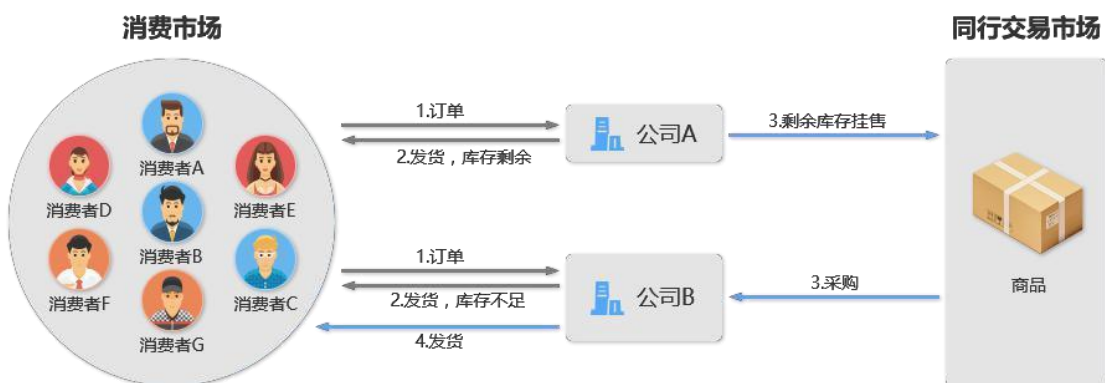
您所经营的虚拟公司，类似于线上经销商的角色，无需进行自主生产，只需要向生产供应商采购商品，进而进行销售。目前市场上女士服饰商品的供应已被垄断，且货源充足，但该供应商并未设置垄断高价，而采用阶梯定价法，单批采购量越高能获得的采购单价相对越低。商品采购价如下：

榨汁机	采购量 1-1000个 180元/个	采购量 1001-2000个 175元/个	采购量 2001-3000个 170元/个
	采购量 3001-4000个 165元/个	采购量 4001-5000个 160元/个	采购量 5000个以上 155元/个
电烤箱	采购量 1-1000个 398元/个	采购量 1001-2000个 393元/个	采购量 2001-3000个 388元/个
	采购量 3001-4000个 383元/个	采购量 4001-5000个 378元/个	采购量 5000个以上 373元/个
电磁炉	采购量 1-1000个 250元/个	采购量 1001-2000个 245元/个	采购量 2001-3000个 240元/个
	采购量 3001-4000个 235元/个	采购量 4001-5000个 230元/个	采购量 5000个以上 225元/个
电饭煲	采购量 1-1000个 230元/个	采购量 1001-2000个 225元/个	采购量 2001-3000个 220元/个
	采购量 3001-4000个 215元/个	采购量 4001-5000个 210元/个	采购量 5000个以上 205元/个

市场上所有移动商务企业面对同一消费市场，通过经营争夺订单。同一商品，经营企业越多，相对竞争越激烈，能获得的市场份额可能越少，所以选择正确的商品细分市场很重要。

4) 同行交易

在实际经营过程中，各企业的商品库存量和订单需求量往往无法做到完全匹配，库存积压或缺货现象时有发生。同行交易市场，为各企业提供了一个除消费市场以外的第二交易市场，将已有库存能满足的订单处理完成后，库存仍剩余的企业可向缺货企业进行商品转售，进而缺货企业可以用补来的货继续完成订单发货。



最后，希望您的公司在经历完各期运营后，能够成为本行业的佼佼者！

5) 任务测试

请根据测试题所给商品明细表中的商品及市场与竞争分析进行合理选品和商品的采购数量。分别利用APP、微信、微博、微淘及微场景等营销工具进行推广运营。（注：技能考核时，表格中实际商品名称、规格及数量可能根据市场供给情况有个别调整，以考核时提供为准）

6) 要求

您与您的团队经营一家以移动端电商业务为核心的公司，在公司经营之初，你们将拥有一笔200万元的启动资金，用以组建各自的虚拟公司。虚拟公司由无线运营中心、移动开发部、无线店铺运营部、市场营销部、人力资源部、财务部六大部门构成，其中无线运营中心为公司战略指导单位。虚拟公司将经历1

个经营周期，分解决策任务，这些任务涉及信息研究、研发、采购、营销、客户服务、物流配送、财务管理等企业经营的各个环节。每个团队内部，可以分角色扮演，承担不同部门的业务操作，但仍需要互相讨论分析每一步决策任务，并形成最后一致认为最优的决策意见输入对应业务后台。最后运营结束后系统自动生成经营成绩和企业排名。

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，HyperSnap6.0 截图工具软件、谷歌浏览器

场地：详见服务器平台（地址：<http://10.0.62.99/allpassmbeo>）

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-25)

试题评分卡(试题 H3-25)

评价内容		配分	评分细则	考核得分
职业素养 (10 分)		10分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。记 4分/7分/10分	
工作任务 (90 分)	无线运营中心	5分	业务定位, 完成无线店铺, 独立APP, 微商城开发 2分 无线选品, 选择2件商品, 预计销量设置与市场基本符合 3分	
	移动开发	20分	移动应用规划, 选择合理的开发模式, 选择操作系统, 开发预算与实际开发费用基本符合。且完成微信开发规划 2分 应用开发: 上传轮播图6张, 图片包含背景和产品; 设置标签3 个且与产品相关; 设置底部导航至少2个且符合用户使用习惯; 完成子功能选择10个且包含每个分类; 完成APP名称, 图标, 启动图, 引导图, 版本号 9分 微信二次开发, 设置公众号名称, 与产品相关; 设置自定义导航, 一级菜单3个且至少有1个二级菜单, 用户体验好便于阅读和选择; 完成多图文回复至少包含2个图文素材, 完成推送 9分	
	无线店铺	20分	完成店铺名称, 店铺logo, 店铺简介(20字以上通顺简洁)的设置; 支付设置至少包含支付宝, 银联, 百度钱包; 物流设置选择顺丰 5 分 店铺装修, 与模板要求模块相符, 图片包含背景和产品无变形, 产品真实上架 10分 完成商品采购, 预算基本相符; 完成商品管理, 标题包含关键词, 价格设置合理不能超过市场均价2倍 5分	
	移动营销基础设置	5分	完成应用市场, 微信订阅号, 企业微博, 企业微淘信息设置; 各营销渠道预算合理	
	APP营销	10分	完成账户充值, 应用上传 2 分 建立推广计划, 广告名称清晰易懂, 投放展示广告, 文案至少 20字构思新颖能吸引用户下载, 主题紧扣推广目标, 出价合理 8 分	
	微信营销	10分	完成微信认证, 个性签名, 功能介绍, 简单, 好记, 易理解 2分 建立推广计划, 图片清晰包含产品, 文案至少20字构思能吸引用户点击, 出价合理 8 分	
	微博营销	5分	账户充值, 建立推广计划, 文案至少20字, 简明扼要, 有新意, 目标用户选择针对性强	
	微淘营销	10分	发广播, 商品, 活动3种类型微淘, 图片清晰无变形包含产品, 文案至少20字, 其中活动类型微淘必须设置优惠券	
	场景营销	5分	生成推广二维码 2分 设置H5, 行业选择正确 3分	
合计		100分		

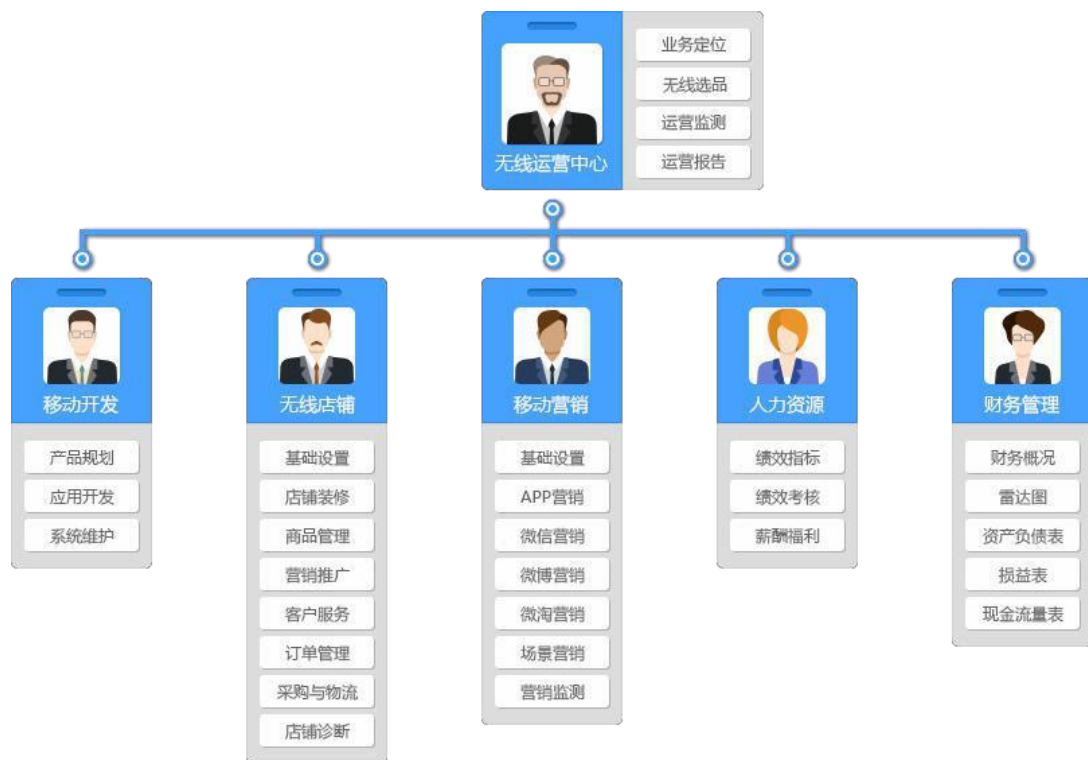
试题评阅人签名_____

26. 试题编号：H3-26，移动商务运营

(1) 任务描述

1) 测试背景角色与职责

您与您的团队经营一家以移动端电商业务为核心的公司，在公司经营之初，你们将拥有一笔200万元的启动资金，用以组建各自的虚拟公司。虚拟公司由无线运营中心、移动开发部、无线店铺运营部、移动营销部、人力资源部、财务部六大部门构成，其中无线运营中心为公司战略指导单位。虚拟公司将经历若干经营周期，每个经营周期包含了若干步被分解的决策任务，这些任务涉及信息研究、研发、采购、营销、客户服务、物流配送、财务管理等企业经营的各个环节。每个团队内部，可以分角色扮演，承担不同部门的业务操作，但仍需要互相讨论分析每一步决策任务，并形成最后一致认为最优的决策意见输入对应业务后台。



2) 用户与需求

公司的经营行业限定为家纺，有4种商品可供选择，分别为四件套、蚕丝被、窗帘和地毯。当前期，市场上四种商品的热销度依次为窗帘、四件套、蚕丝被 和地毯。



公司面对的消费群体一致，该类群体对店铺、商品、推广渠道与信息等具有不同的敏感程度：店铺：容易受到视觉刺激，视觉效果非常重要，也是他们是否做出购买决策的重要因素；商品：对价格比较敏感，价格是重要的参考要素之一，但并不是绝对因素；客服：电商网站选择什么形式的客户服务以及客户服务内容也很重要，该类线上消费者认为，判断一家电商的品牌价值就要看他们是否能提供高质量的客户服务；社交媒体：对社交媒体使用频率较高，并且会利用社交媒体搜索商品，做购买决策时会关注微博、微信等渠道的内容；浏览习惯：倾向于直接展示的方式，不喜欢在大量信息中手动筛选或寻找，所以排行靠前的信息更容易引起关注。

3) 市场与竞争

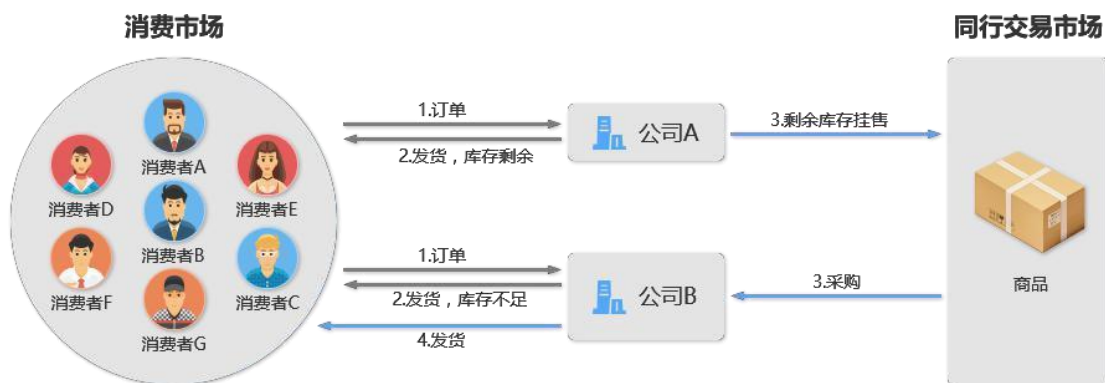
您所经营的虚拟公司，类似于线上经销商的角色，无需进行自主生产，只需要向生产供应商采购商品，进而进行销售。目前市场上女士服饰商品的供应已被垄断，且货源充足，但该供应商并未设置垄断高价，而采用阶梯定价法，单批采购量越高能获得的采购单价相对越低。商品采购价如下：

四件套	采购量 1-1000套	300元/套	采购量 1001-2000套	295元/套	采购量 2001-3000套	290元/套
	采购量 3001-4000套	285元/套	采购量 4001-5000套	280元/套	采购量 5000套以上	275元/套
蚕丝被	采购量 1-1000床	450元/床	采购量 1001-2000床	445元/床	采购量 2001-3000床	440元/床
	采购量 3001-4000床	435元/床	采购量 4001-5000床	430元/床	采购量 5000床以上	425元/床
窗帘	采购量 1-1000米	200元/米	采购量 1001-2000米	195元/米	采购量 2001-3000米	190元/米
	采购量 3001-4000米	185元/米	采购量 4001-5000米	180元/米	采购量 5000米以上	175元/米
地毯	采购量 1-1000张	800元/张	采购量 1001-2000张	795元/张	采购量 2001-3000张	790元/张
	采购量 3001-4000张	785元/张	采购量 4001-5000张	780元/张	采购量 5000张以上	775元/张

市场上所有移动商务企业面对同一消费市场，通过经营争夺订单。同一商品，经营企业越多，相对竞争越激烈，能获得的市场份额可能越少，所以选择正确的商品细分市场很重要。

4) 同行交易

在实际经营过程中，各企业的商品库存量和订单需求量往往无法做到完全匹配，库存积压或缺货现象时有发生。同行交易市场，为各企业提供了一个除消费市场以外的第二交易市场，将已有库存能满足的订单处理完成后，库存仍剩余的企业可向缺货企业进行商品转售，进而缺货企业可以用补来的货继续完成订单发货。



最后，希望您的公司在经历完各期运营后，能够成为本行业的佼佼者！

5) 任务测试

请根据测试题所给商品明细表中的商品及市场与竞争分析进行合理选品和商品的采购数量。分别利用APP、微信、微博、微淘及微场景等营销工具进行推广运营。（注：技能考核时，表格中实际商品名称、规格及数量可能根据市场供给情况有个别调整，以考核时提供为准）

6) 要求

您与您的团队经营一家以移动端电商业务为核心的公司，在公司经营之初，你们将拥有一笔200万元的启动资金，用以组建各自的虚拟公司。虚拟公司由无线运营中心、移动开发部、无线店铺运营部、营销部、人力资源部、财务部六大部门构成，其中无线运营中心为公司战略指导单位。虚拟公司将经历1

个经营周期，分解决策任务，这些任务涉及信息研究、研发、采购、营销、客户服务、物流配送、财务管理等企业经营的各个环节。每个团队内部，可以分角色扮演，承担不同部门的业务操作，但仍需要互相讨论分析每一步决策任务，并形成最后一致认为最优的决策意见输入对应业务后台。最后运营结束后系统自动生成经营成绩和企业排名。

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，HyperSnap6.0 截图工具软件、谷歌浏览器

场地：详见服务器平台（地址：<http://10.0.62.99/allpassmbeo>）

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-26)

试题评分卡(试题 H3-26)

评价内容		配分	评分细则	考核得分
职业素养 (10 分)		10分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。记 4分/7分/10分	
工作任务 (90 分)	无线运营中心	5分	业务定位, 完成无线店铺, 独立APP, 微商城开发 2分	
			无线选品, 选择2件商品, 预计销量设置与市场基本符合 3分	
	移动开发	20分	移动应用规划, 选择合理的开发模式, 选择操作系统, 开发预算与实际开发费用基本符合。且完成微信开发规划 2分	
			应用开发: 上传轮播图6张, 图片包含背景和产品; 设置标签3 个且与产品相关; 设置底部导航至少2个且符合用户使用习惯; 完成子功能选择10个且包含每个分类; 完成APP名称, 图标, 启动图, 引导图, 版本号 9分	
			微信二次开发, 设置公众号名称, 与产品相关; 设置自定义导航, 一级菜单3个且至少有1个二级菜单, 用户体验好便于阅读和选择; 完成多图文回复至少包含2个图文素材, 完成推送 9分	
	无线店铺	20分	完成店铺名称, 店铺logo, 店铺简介(20字以上通顺简洁)的设置; 支付设置至少包含支付宝, 银联, 百度钱包; 物流设置 选择顺丰 5 分	
			店铺装修, 与模板要求模块相符, 图片包含背景和产品无变形, 产品真实上架 10分	
			完成商品采购, 预算基本相符; 完成商品管理, 标题包含关键词, 价格设置合理不能超过市场均价2倍 5分	
	移动营销基础设置	5分	完成应用市场, 微信订阅号, 企业微博, 企业微淘信息设置; 各营销渠道预算合理	
	APP营销	10分	完成账户充值, 应用上传 2 分	
			建立推广计划, 广告名称清晰易懂, 投放展示广告, 文案至少 20字构思新颖能吸引用户下载, 主题紧扣推广目标, 出价合理 8 分	
	微信营销	10分	完成微信认证, 个性签名, 功能介绍, 简单, 好记, 易理解 2分	
			建立推广计划, 图片清晰包含产品, 文案至少20字构思能吸引用户点击, 出价合理 8 分	
	微博营销	5分	账户充值, 建立推广计划, 文案至少20字, 简明扼要, 有新意, 目标用户选择针对性强	
	微淘营销	10分	发广播, 商品, 活动3种类型微淘, 图片清晰无变形包含产品, 文案至少20字, 其中活动类型微淘必须设置优惠券	
	场景营销	5分	生成推广二维码 2分	
			设置H5, 行业选择正确 3分	
合计		100分		

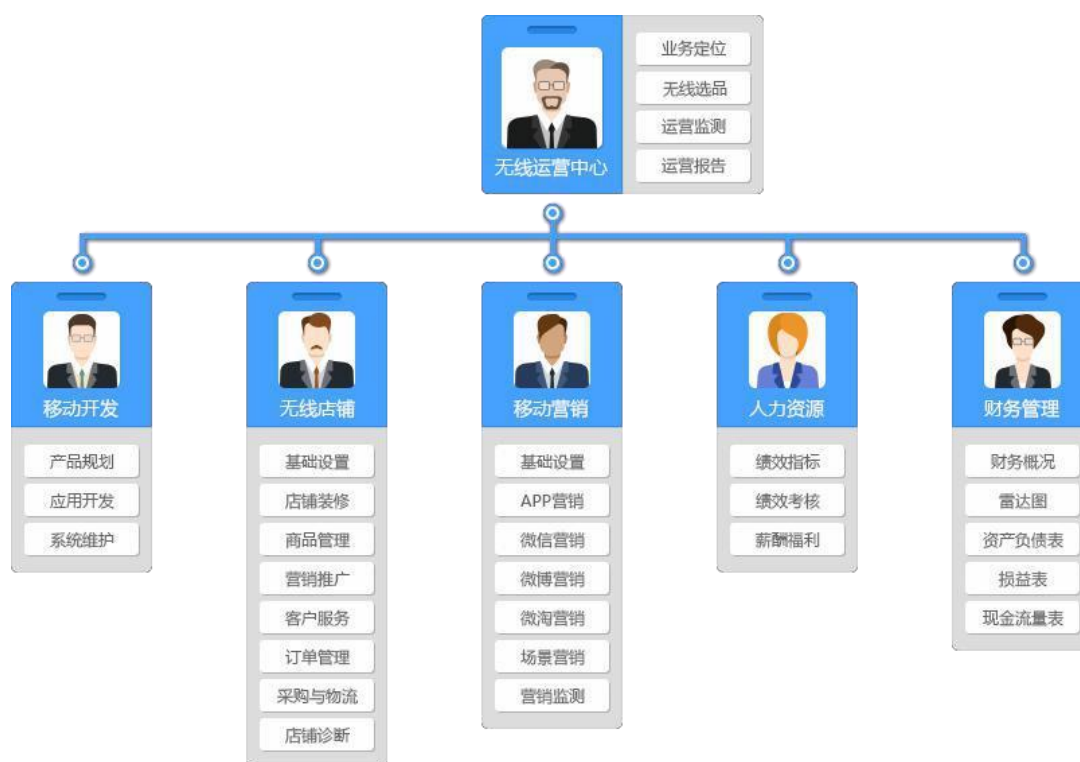
试题评阅人签名_____

27. 试题编号：H3-27，移动商务运营

(1) 任务描述

1) 测试背景角色与职责

您与您的团队经营一家以移动端电商业务为核心的公司，在公司经营之初，你们将拥有一笔200万元的启动资金，用以组建各自的虚拟公司。虚拟公司由无线运营中心、移动开发部、无线店铺运营部、移动营销部、人力资源部、财务部六大部门构成，其中无线运营中心为公司战略指导单位。虚拟公司将经历若干经营周期，每个经营周期包含了若干步被分解的决策任务，这些任务涉及信息研究、研发、采购、营销、客户服务、物流配送、财务管理等企业经营的各个环节。每个团队内部，可以分角色扮演，承担不同部门的业务操作，但仍需要互相讨论分析每一步决策任务，并形成最后一致认为最优的决策意见输入对应业务后台。



2) 用户与需求

公司的经营行业限定为母婴产品，有4种商品可供选择，分别为婴儿床、儿童餐椅、学步车和推车。当前期，市场上四种商品的热销度依次为学步车、儿童餐椅、推车和婴儿床。



公司面对的消费群体一致，该类群体对店铺、商品、推广渠道与信息等具有不同的敏感程度：店铺：容易受到视觉刺激，视觉效果非常重要，也是他们是否做出购买决策的重要因素；商品：对价格比较敏感，价格是重要的参考要素之一，但并不是绝对因素；客服：电商网站选择什么形式的客户服务以及客户服务内容也很重要，该类线上消费者认为，判断一家电商的品牌价值就要看他们是否能提供高质量的客户服务；社交媒体：对社交媒体使用频率较高，并且会利用社交媒体搜索商品，做购买决策时会关注微博、微信等渠道的内容；浏览习惯：倾向于直接展示的方式，不喜欢在大量信息中手动筛选或寻找，所以排行靠前的信息更容易引起关注。

3) 市场与竞争

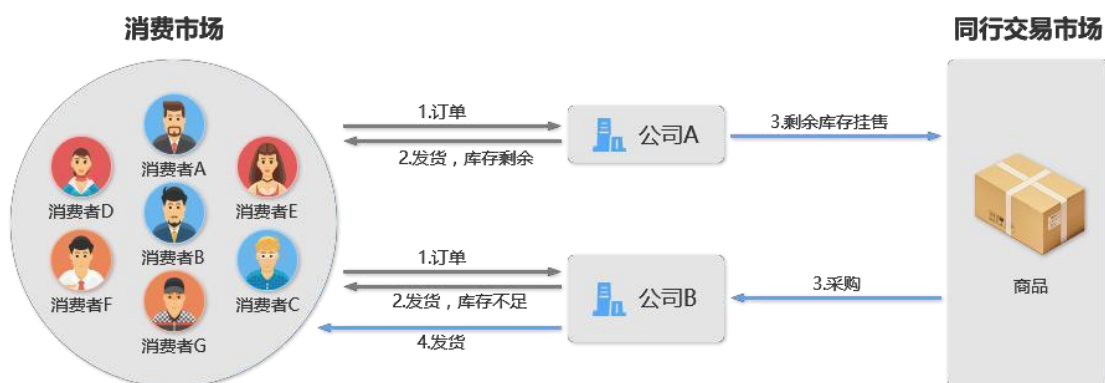
您所经营的虚拟公司，类似于线上经销商的角色，无需进行自主生产，只需要向生产供应商采购商品，进而进行销售。目前市场上女士服饰商品的供应已被垄断，且货源充足，但该供应商并未设置垄断高价，而采用阶梯定价法，单批采购量越高能获得的采购单价相对越低。商品采购价如下：

婴儿床	采购量 1-100个 1500元/个	采购量 101-200个 1490元/个	采购量 201-300个 1480元/个
	采购量 301-400个 1470元/个	采购量 401-500个 1460元/个	采购量 500个以上 1450元/个
儿童餐椅	采购量 1-1000个 420元/个	采购量 1001-2000个 415元/个	采购量 2001-3000个 410元/个
	采购量 3001-4000个 405元/个	采购量 4001-5000个 400元/个	采购量 5000个以上 395元/个
学步车	采购量 1-1000个 480元/个	采购量 1001-2000个 475元/个	采购量 2001-3000个 470元/个
	采购量 3001-4000个 465元/个	采购量 4001-5000个 460元/个	采购量 5000个以上 455元/个
推车	采购量 1-100个 1500元/个	采购量 101-200个 1490元/个	采购量 201-300个 1480元/个
	采购量 301-400个 1470元/个	采购量 401-500个 1460元/个	采购量 500个以上 1450元/个

市场上所有移动商务企业面对同一消费市场，通过经营争夺订单。同一商品，经营企业越多，相对竞争越激烈，能获得的市场份额可能越少，所以选择正确的商品细分市场很重要。

4) 同行交易

在实际经营过程中，各企业的商品库存量和订单需求量往往无法做到完全匹配，库存积压或缺货现象时有发生。同行交易市场，为各企业提供了一个除消费市场以外的第二交易市场，将已有库存能满足的订单处理完成后，库存仍剩余的企业可向缺货企业进行商品转售，进而缺货企业可以用补来的货继续完成订单发货。



最后，希望您的公司在经历完各期运营后，能够成为本行业的佼佼者！

5) 任务测试

请根据测试题所给商品明细表中的商品及市场与竞争分析进行合理选品和商品的采购数量。分别利用APP、微信、微博、微淘及微场景等营销工具进行推广运营。（注：技能考核时，表格中实际商品名称、规格及数量可能根据市场供给情况有个别调整，以考核时提供为准）

6) 要求

您与您的团队经营一家以移动端电商业务为核心的公司，在公司经营之初，你们将拥有一笔200万元的启动资金，用以组建各自的虚拟公司。虚拟公司由无线运营中心、移动开发部、无线店铺运营部、市场营销部、人力资源部、财务部六大部门构成，其中无线运营中心为公司战略指导单位。虚拟公司将经历1

个经营周期，分解决策任务，这些任务涉及信息研究、研发、采购、营销、客户服务、物流配送、财务管理等企业经营的各个环节。每个团队内部，可以分角色扮演，承担不同部门的业务操作，但仍需要互相讨论分析每一步决策任务，并形成最后一致认为最优的决策意见输入对应业务后台。最后运营结束后系统自动生成经营成绩和企业排名。

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，HyperSnap6.0 截图工具软件、谷歌浏览器

场地：详见服务器平台（地址：<http://10.0.62.99/allpassmbeo>）

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-27)

试题评分卡(试题 H3-27)

评价内容		配分	评分细则	考核得分
职业素养 (10 分)		10分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。记 4分/7分/10分	
工作任务 (90 分)	无线运营中心	5分	业务定位, 完成无线店铺, 独立APP, 微商城开发 2分	
			无线选品, 选择2件商品, 预计销量设置与市场基本符合 3分	
	移动开发	20分	移动应用规划, 选择合理的开发模式, 选择操作系统, 开发预算与实际开发费用基本符合。且完成微信开发规划 2分	
			应用开发: 上传轮播图6张, 图片包含背景和产品; 设置标签3 个且与产品相关; 设置底部导航至少2个且符合用户使用习惯; 完成子功能选择10个且包含每个分类; 完成APP名称, 图标, 启动图, 引导图, 版本号 9分	
			微信二次开发, 设置公众号名称, 与产品相关; 设置自定义导航, 一级菜单3个且至少有1个二级菜单, 用户体验好便于阅读和选择; 完成多图文回复至少包含2个图文素材, 完成推送 9分	
	无线店铺	20分	完成店铺名称, 店铺logo, 店铺简介 (20字以上通顺简洁) 的设置; 支付设置至少包含支付宝, 银联, 百度钱包; 物流设置选择顺丰 5 分	
			店铺装修, 与模板要求模块相符, 图片包含背景和产品无变形, 产品真实上架 10分	
			完成商品采购, 预算基本相符; 完成商品管理, 标题包含关键词, 价格设置合理不能超过市场均价2倍 5分	
	移动营销基础设置	5分	完成应用市场, 微信订阅号, 企业微博, 企业微淘信息设置; 各营销渠道预算合理	
	APP营销	10分	完成账户充值, 应用上传 2 分	
			建立推广计划, 广告名称清晰易懂, 投放展示广告, 文案至少 20字构思新颖能吸引用户下载, 主题紧扣推广目标, 出价合理 8 分	
	微信营销	10分	完成微信认证, 个性签名, 功能介绍, 简单, 好记, 易理解 2分	
			建立推广计划, 图片清晰包含产品, 文案至少20字构思能吸引用户点击, 出价合理 8 分	
	微博营销	5分	账户充值, 建立推广计划, 文案至少20字, 简明扼要, 有新意, 目标用户选择针对性强	
	微淘营销	10分	发广播, 商品, 活动3种类型微淘, 图片清晰无变形包含产品, 文案至少20字, 其中活动类型微淘必须设置优惠券	
场景营销	5分	生成推广二维码 2分		
		设置H5, 行业选择正确 3分		
合计		100分		

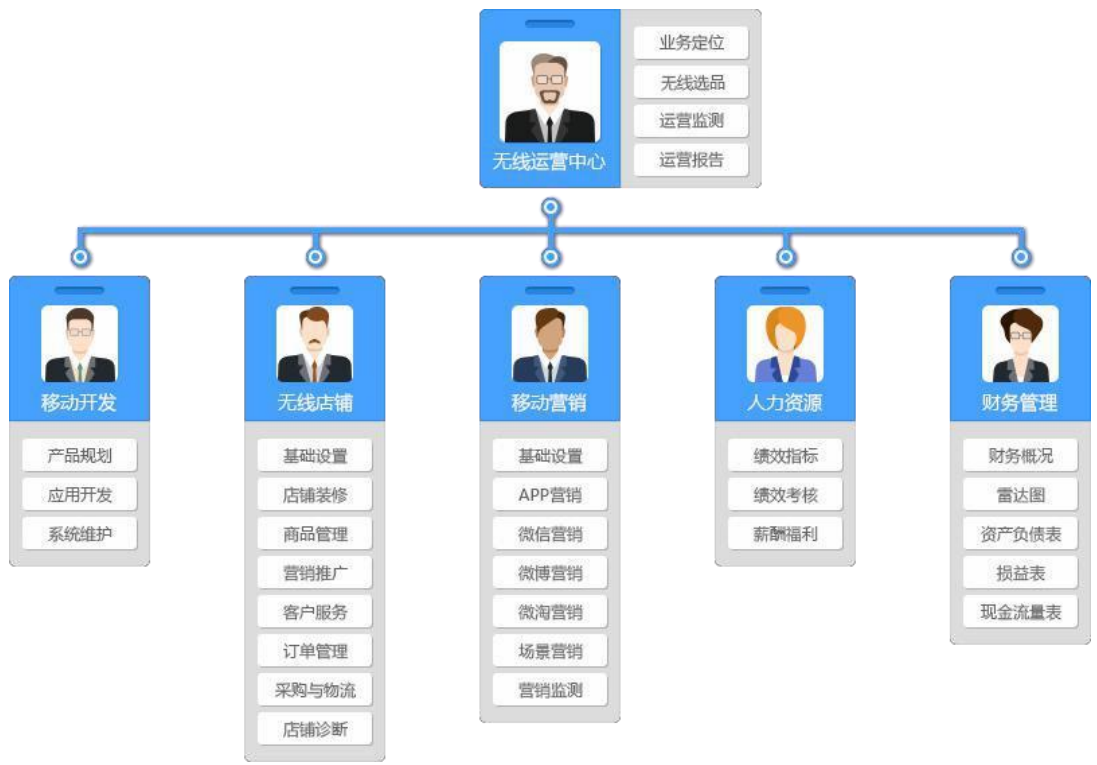
试题评阅人签名_____

28. 试题编号：H3-28，移动商务运营

(1) 任务描述

1) 测试背景角色与职责

您与您的团队经营一家以移动端电商业务为核心的公司，在公司经营之初， 你们将拥有一笔200万元的启动资金，用以组建各自的虚拟公司。虚拟公司由无线运营中心、移动开发部、无线店铺运营部、移动 营销部、人力资源部、财务部六大部门构成，其中无线运营中心为公司战略指导单位。虚拟公司将经历若干经营周期，每个经营周期包含了若干步被分解的决策任务，这些任务涉及信息研究、研发、采购、营销、 客户服务、物流配送、财务管理等企业经营的各个环节。每个团队内部，可以分角色扮演，承担不同部门的业务操作，但仍需要互相讨论分析每一步决策任务，并形成最后一致认为最优的决策意见输入对应业务 后台。



2) 用户与需求

公司的经营行业限定为食品饮料，有4种商品可供选择，分别为芒果干、葡萄干、豆腐干和牛肉干。当前期，市场上四种商品的热销度依次为葡萄干、豆腐干、芒果干和牛肉干。



公司面对的消费群体一致，该类群体对店铺、商品、推广渠道与信息等具有不同的敏感程度：店铺：容易受到视觉刺激，视觉效果非常重要，也是他们是否做出购买决策的重要因素；商品：对价格比较敏感，价格是重要的参考要素之一，但并不是绝对因素；客服：电商网站选择什么形式的客户服务以及客户服务内容也很重要，该类线上消费者认为，判断一家电商的品牌价值就要看他们是否能提供高质量的客户服务；社交媒体：对社交媒体使用频率较高，并且会利用社交媒体搜索商品，做购买决策时会关注微博、微信等渠道的内容；浏览习惯：倾向于直接展示的方式，不喜欢在大量信息中手动筛选或寻找，所以排行靠前的信息更容易引起关注。

3) 市场与竞争

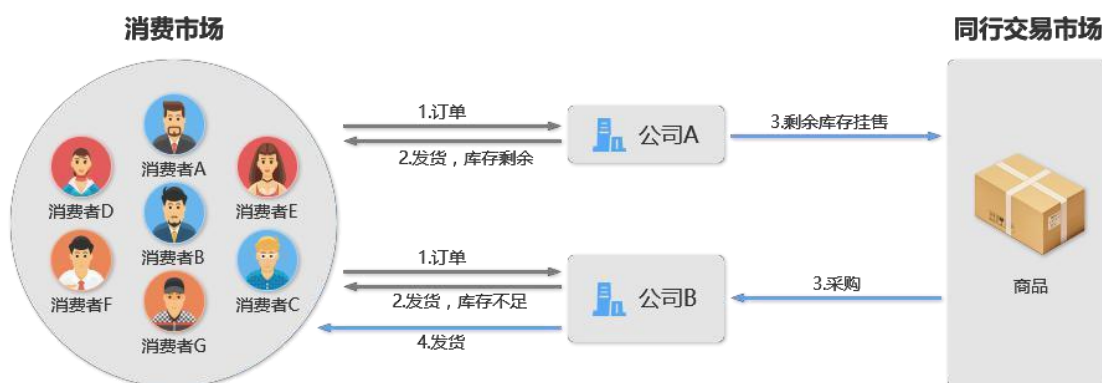
您所经营的虚拟公司，类似于线上经销商的角色，无需进行自主生产，只需要向生产供应商采购商品，进而进行销售。目前市场上女士服饰商品的供应已被垄断，且货源充足，但该供应商并未设置垄断高价，而采用阶梯定价法，单批采购量越高能获得的采购单价相对越低。商品采购价如下：

芒果干	采购量 1-1000箱 350元/箱	采购量 1001-2000箱 345元/箱	采购量 2001-3000箱 340元/箱
	采购量 3001-4000箱 335元/箱	采购量 4001-5000箱 330元/箱	采购量 5000箱以上 325元/箱
葡萄干	采购量 1-1000箱 100元/箱	采购量 1001-2000箱 95元/箱	采购量 2001-3000箱 90元/箱
	采购量 3001-4000箱 85元/箱	采购量 4001-5000箱 80元/箱	采购量 5000箱以上 75元/箱
豆腐干	采购量 1-1000箱 125元/箱	采购量 1001-2000箱 120元/箱	采购量 2001-3000箱 115元/箱
	采购量 3001-4000箱 110元/箱	采购量 4001-5000箱 105元/箱	采购量 5000箱以上 100元/箱
牛肉干	采购量 1-1000箱 300元/箱	采购量 1001-2000箱 295元/箱	采购量 2001-3000箱 290元/箱
	采购量 3001-4000箱 285元/箱	采购量 4001-5000箱 280元/箱	采购量 5000箱以上 275元/箱

市场上所有移动商务企业面对同一消费市场，通过经营争夺订单。同一商品，经营企业越多，相对竞争越激烈，能获得的市场份额可能越少，所以选择正确的商品细分市场很重要。

4) 同行交易

在实际经营过程中，各企业的商品库存量和订单需求量往往无法做到完全匹配，库存积压或缺货现象时有发生。同行交易市场，为各企业提供了一个除消费市场以外的第二交易市场，将已有库存能满足的订单处理完成后，库存仍剩余的企业可向缺货企业进行商品转售，进而缺货企业可以用补来的货继续完成订单发货。



最后，希望您的公司在经历完各期运营后，能够成为本行业的佼佼者！

5) 任务测试

请根据测试题所给商品明细表中的商品及市场与竞争分析进行合理选品和商品的采购数量。分别利用APP、微信、微博、微淘及微场景等营销工具进行推广运营。（注：技能考核时，表格中实际商品名称、规格及数量可能根据市场供给情况有个别调整，以考核时提供为准）

6) 要求

您与您的团队经营一家以移动端电商业务为核心的公司，在公司经营之初，你们将拥有一笔200万元的启动资金，用以组建各自的虚拟公司。虚拟公司由无线运营中心、移动开发部、无线店铺运营部、营销部、人力资源部、财务部六大部门构成，其中无线运营中心为公司战略指导单位。虚拟公司将经历1个经营周期，分解决策任务，这些任务涉及信息研究、研发、采购、营销、客户服务、物流配送、财务管

理等企业经营的各个环节。每个团队内部，可以分角色扮演，承担不同部门的业务操作，但仍需要互相讨论分析每一步决策任务，并形成最后一致认为最优的决策意见输入对应业务后台。最后运营结束后系统自动生成经营成绩和企业排名。

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，HyperSnap6.0 截图工具软件、谷歌浏览器

场地：详见服务器平台（地址：<http://10.0.62.99/allpassmbeo>）

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-28)

试题评分卡(试题 H3-8)

评价内容		配分	评分细则	考核得分
职业素养 (10 分)		10分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。记 4分/7分/10分	
工作任务（90分）	无线运营中心	5分	业务定位，完成无线店铺，独立APP，微商城开发 2分	
			无线选品，选择2件商品，预计销量设置与市场基本符合 3分	
	移动开发	20分	移动应用规划, 选择合理的开发模式，选择操作系统，开发预算与实际开发费用基本符合。且完成微信开发规划 2分	
			应用开发：上传轮播图6张，图片包含背景和产品；设置标签3 个且与产品相关；设置底部导航至少2个且符合用户使用习惯；完成子功能选择10个且包含每个分类；完成APP名称，图标，启动图，引导图，版本号 9分	
			微信二次开发，设置公众号名称，与产品相关；设置自定义导航，一级菜单3个且至少有1个二级菜单，用户体验好便于阅读和选择；完成多图文回复至少包含2个图文素材，完成推送 9分	
	无线店铺	20分	完成店铺名称，店铺logo，店铺简介（20字以上通顺简洁）的设置；支付设置至少包含支付宝，银联，百度钱包；物流设置选择顺丰 5 分	
			店铺装修，与模板要求模块相符，图片包含背景和产品无变形，产品真实上架 10分	
			完成商品采购，预算基本相符；完成商品管理，标题包含关键词，价格设置合理不能超过市场均价2倍 5分	
	移动营销基础设置	5分	完成应用市场，微信订阅号，企业微博，企业微淘信息设置；各营销渠道预算合理	
	APP营销	10分	完成账户充值，应用上传 2 分	
			建立推广计划，广告名称清晰易懂，投放展示广告，文案至少 20字构思新颖能吸引用户下载，主题紧扣推广目标，出价合理 8 分	
	微信营销	10分	完成微信认证，个性签名，功能介绍，简单，好记，易理解 2分	
			建立推广计划，图片清晰包含产品，文案至少20字构思能吸引用户点击，出价合理 8 分	
微博营销	5分	账户充值，建立推广计划，文案至少20字，简明扼要，有新意，目标用户选择针对性强		
微淘营销	10分	发广播，商品，活动3种类型微淘，图片清晰无变形包含产品，文案至少20字，其中活动类型微淘必须设置优惠券		
场景营销	5分	生成推广二维码 2分		
		设置H5，行业选择正确 3分		
合计		100分		

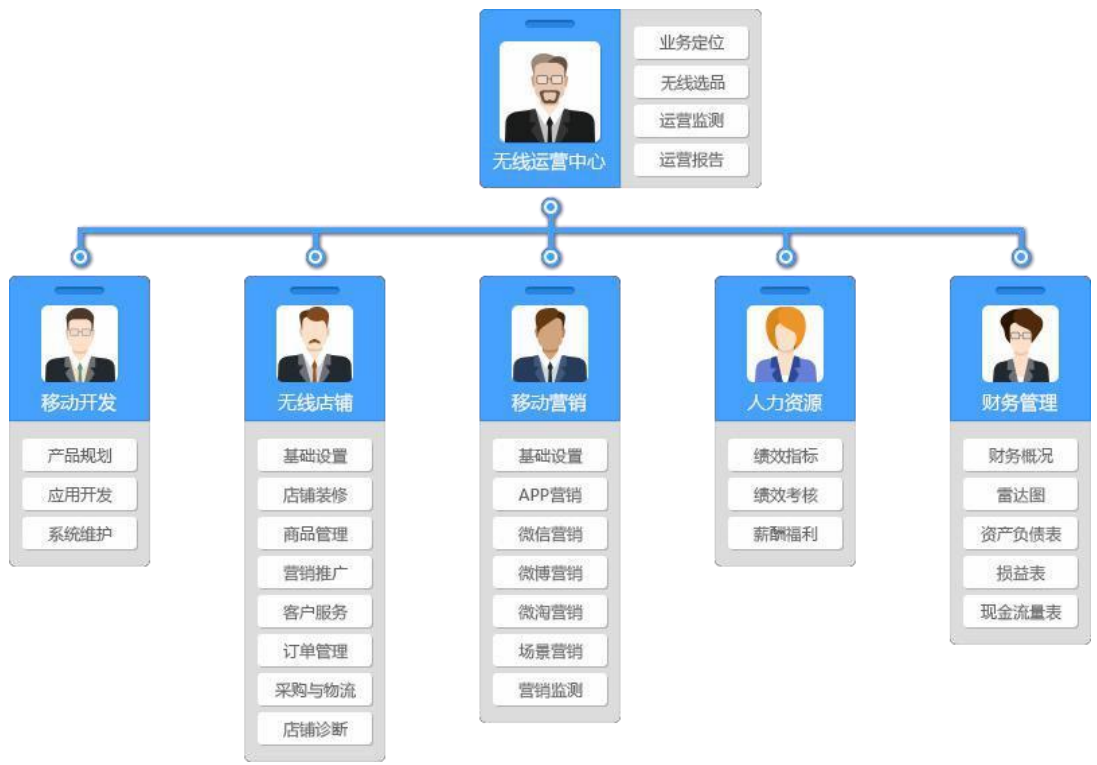
试题评阅人签名_____

29. 试题编号：H3-29，移动商务运营

(1) 任务描述

1) 测试背景角色与职责

您与您的团队经营一家以移动端电商业务为核心的公司，在公司经营之初，你们将拥有一笔200万元的启动资金，用以组建各自的虚拟公司。虚拟公司由无线运营中心、移动开发部、无线店铺运营部、移动营销部、人力资源部、财务部六大部门构成，其中无线运营中心为公司战略指导单位。虚拟公司将经历若干经营周期，每个经营周期包含了若干步被分解的决策任务，这些任务涉及信息研究、研发、采购、营销、客户服务、物流配送、财务管理等企业经营的各个环节。每个团队内部，可以分角色扮演，承担不同部门的业务操作，但仍需要互相讨论分析每一步决策任务，并形成最后一致认为最优的决策意见输入对应业务后台。



2) 用户与需求

公司的经营行业限定为数码产品，有4种商品可供选择，分别为平板电脑、笔记本电脑、数码摄像头和网络播放器。当前期，市场上四种商品的热销度依次为数码摄像头、网络播放器、平板电脑和笔记本电脑。



公司面对的消费群体一致，该类群体对店铺、商品、推广渠道与信息等具有不同的敏感程度：店铺：容易受到视觉刺激，视觉效果非常重要，也是他们是否做出购买决策的重要因素；商品：对价格比较敏感，价格是重要的参考要素之一，但并不是绝对因素；客服：电商网站选择什么形式的客户服务以及客户服务内容也很重要，该类线上消费者认为，判断一家电商的品牌价值就要看他们是否能提供高质量的客户服务；社交媒体：对社交媒体使用频率较高，并且会利用社交媒体搜索商品，做购买决策时会关注微博、微信等渠道的内容；浏览习惯：倾向于直接展示的方式，不喜欢在大量信息中手动筛选或寻找，所以排行靠前的信息更容易引起关注。

3) 市场与竞争

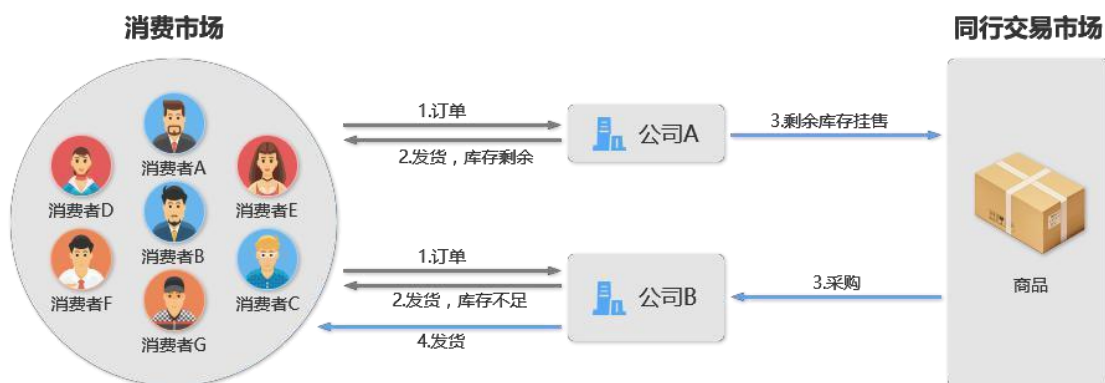
您所经营的虚拟公司，类似于线上经销商的角色，无需进行自主生产，只需要向生产供应商采购商品，进而进行销售。目前市场上女士服饰商品的供应已被垄断，且货源充足，但该供应商并未设置垄断高价，而采用阶梯定价法，单批采购量越高能获得的采购单价相对越低。商品采购价如下：

平板电脑	采购量 1-100个 3000元/个	采购量 101-200个 2990元/个	采购量 201-300个 2980元/个
	采购量 301-400个 2970元/个	采购量 401-500个 2960元/个	采购量 500个以上 2950元/个
笔记本电脑	采购量 1-100个 6000元/个	采购量 101-200个 5990元/个	采购量 201-300个 5980元/个
	采购量 301-400个 5970元/个	采购量 401-500个 5960元/个	采购量 500个以上 5950元/个
数码摄像头	采购量 1-1000个 200元/个	采购量 1001-2000个 195元/个	采购量 2001-3000个 190元/个
	采购量 3001-4000个 185元/个	采购量 4001-5000个 180元/个	采购量 5000个以上 175元/个
网络播放器	采购量 1-1000个 600元/个	采购量 1001-2000个 595元/个	采购量 2001-3000个 590元/个
	采购量 3001-4000个 585元/个	采购量 4001-5000个 580元/个	采购量 5000个以上 575元/个

市场上所有移动商务企业面对同一消费市场，通过经营争夺订单。同一商品，经营企业越多，相对竞争越激烈，能获得的市场份额可能越少，所以选择正确的商品细分市场很重要。

4) 同行交易

在实际经营过程中，各企业的商品库存量和订单需求量往往无法做到完全匹配，库存积压或缺货现象时有发生。同行交易市场，为各企业提供了一个除消费市场以外的第二交易市场，将已有库存能满足的订单处理完成后，库存仍剩余的企业可向缺货企业进行商品转售，进而缺货企业可以用补来的货继续完成订单发货。



最后，希望您的公司在经历完各期运营后，能够成为本行业的佼佼者！

5) 任务测试

请根据测试题所给商品明细表中的商品及市场与竞争分析进行合理选品和商品的采购数量。分别利用APP、微信、微博、微淘及微场景等营销工具进行推广运营。（注：技能考核时，表格中实际商品名称、规格及数量可能根据市场供给情况有个别调整，以考核时提供为准）

6) 要求

您与您的团队经营一家以移动端电商业务为核心的公司，在公司经营之初，你们将拥有一笔200万元的启动资金，用以组建各自的虚拟公司。虚拟公司由无线运营中心、移动开发部、无线店铺运营部、营销部、人力资源部、财务部六大部门构成，其中无线运营中心为公司战略指导单位。虚拟公司将经历1

个经营周期，分解决策任务，这些任务涉及信息研究、研发、采购、营销、客户服务、物流配送、财务管理等企业经营的各个环节。每个团队内部，可以分角色扮演，承担不同部门的业务操作，但仍需要互相讨论分析每一步决策任务，并形成最后一致认为最优的决策意见输入对应业务后台。最后运营结束后系统自动生成经营成绩和企业排名。

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，HyperSnap6.0 截图工具软件、谷歌浏览器

场地：详见服务器平台（地址：<http://10.0.62.99/allpassmbeo>）

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-29)

试题评分卡(试题 H3-29)

评价内容		配分	评分细则	考核得分
职业素养 (10 分)		10分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律。记 4分/7分/10分	
工作任务（90分）	无线运营中心	5分	业务定位，完成无线店铺，独立APP，微商城开发 2分	
			无线选品，选择2件商品，预计销量设置与市场基本符合 3分	
	移动开发	20分	移动应用规划, 选择合理的开发模式，选择操作系统，开发预算与实际开发费用基本符合。且完成微信开发规划 2分	
			应用开发：上传轮播图6张，图片包含背景和产品；设置标签3 个且与产品相关；设置底部导航至少2个且符合用户使用习惯；完成子功能选择10个且包含每个分类；完成APP名称，图标，启动图，引导图，版本号 9分	
			微信二次开发，设置公众号名称，与产品相关；设置自定义导航，一级菜单3个且至少有1个二级菜单，用户体验好便于阅读和选择；完成多图文回复至少包含2个图文素材，完成推送 9分	
	无线店铺	20分	完成店铺名称，店铺logo，店铺简介（20字以上通顺简洁）的 设置；支付设置至少包含支付宝，银联，百度钱包；物流设置 选择顺丰 5 分	
			店铺装修，与模板要求模块相符，图片包含背景和产品无变形，产品真实上架 10分	
			完成商品采购，预算基本相符；完成商品管理，标题包含关键词，价格设置合理不能超过市场均价2倍 5分	
	移动营销基础设置	5分	完成应用市场，微信订阅号，企业微博，企业微淘信息设置；各营销渠道预算合理	
	APP营销	10分	完成账户充值，应用上传 2 分	
			建立推广计划，广告名称清晰易懂，投放展示广告，文案至少 20字构思新颖能吸引用户下载，主题紧扣推广目标，出价合理 8 分	
	微信营销	10分	完成微信认证，个性签名，功能介绍，简单，好记，易理解 2分	
			建立推广计划，图片清晰包含产品，文案至少20字构思能吸引用户点击，出价合理 8 分	
微博营销	5分	账户充值，建立推广计划，文案至少20字，简明扼要，有新意，目标用户选择针对性强		
微淘营销	10分	发广播，商品，活动3种类型微淘，图片清晰无变形包含产品，文案至少20字，其中活动类型微淘必须设置优惠券		
场景营销	5分	生成推广二维码 2分		
		设置H5，行业选择正确 3分		
合计		100分		

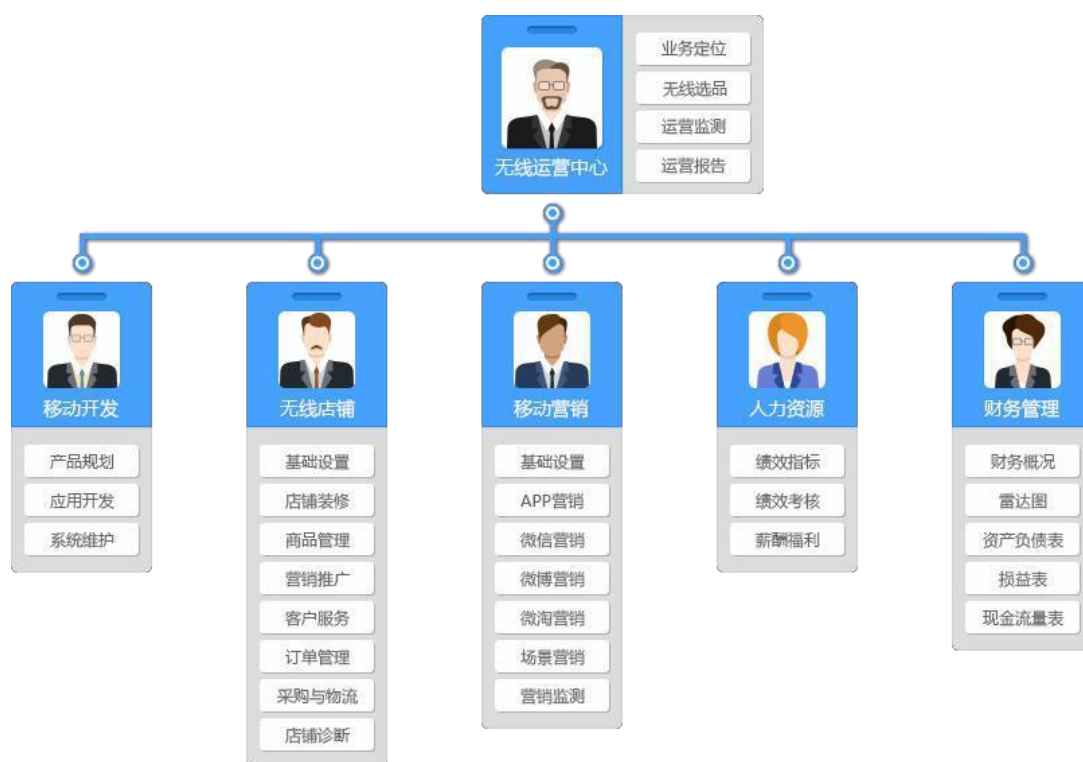
试题评阅人签名_____

30. 试题编号：H3-30，移动商务运营

(1) 任务描述

1) 测试背景角色与职责

您与您的团队经营一家以移动端电商业务为核心的公司，在公司经营之初，你们将拥有一笔200万元的启动资金，用以组建各自的虚拟公司。虚拟公司由无线运营中心、移动开发部、无线店铺运营部、移动营销部、人力资源部、财务部六大部门构成，其中无线运营中心为公司战略指导单位。虚拟公司将经历若干经营周期，每个经营周期包含了若干步被分解的决策任务，这些任务涉及信息研究、研发、采购、营销、客户服务、物流配送、财务管理等企业经营的各个环节。每个团队内部，可以分角色扮演，承担不同部门的业务操作，但仍需要互相讨论分析每一步决策任务，并形成最后一致认为最优的决策意见输入对应业务后台。



2) 用户与需求

公司的经营行业限定为鞋子，有4种商品可供选择，分别为布鞋、皮鞋、童鞋和凉鞋。当前期，市场上四种商品的热销度依次为布鞋、凉鞋、童鞋和皮鞋。



公司面对的消费群体一致，该类群体对店铺、商品、推广渠道与信息等具有不同的敏感程度：店铺：容易受到视觉刺激，视觉效果非常重要，也是他们是否做出购买决策的重要因素；商品：对价格比较敏感，价格是重要的参考要素之一，但并不是绝对因素；客服：电商网站选择什么形式的客户服务以及客户服务内容也很重要，该类线上消费者认为，判断一家电商的品牌价值就要看他们是否能提供高质量的客户服务；社交媒体：对社交媒体使用频率较高，并且会利用社交媒体搜索商品，做购买决策时会关注微博、微信等渠道的内容；浏览习惯：倾向于直接展示的方式，不喜欢在大量信息中手动筛选或寻找，所以排行靠前的信息更容易引起关注。

3) 市场与竞争

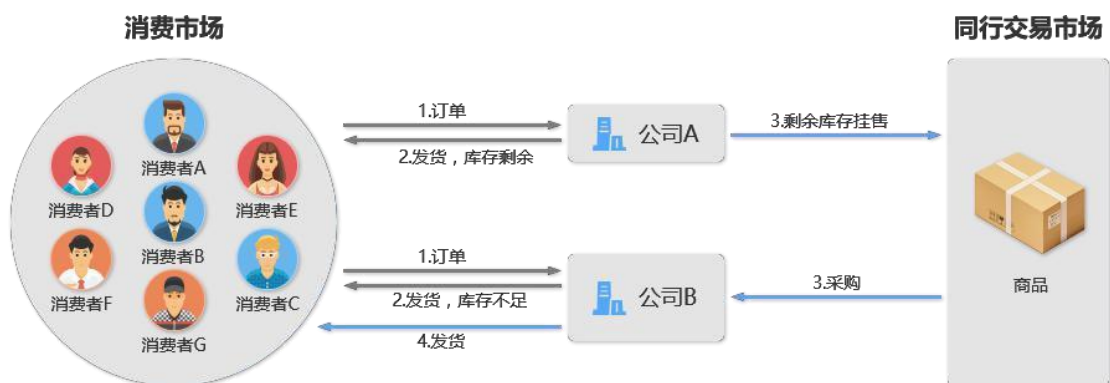
您所经营的虚拟公司，类似于线上经销商的角色，无需进行自主生产，只需要向生产供应商采购商品，进而进行销售。目前市场上女士服饰商品的供应已被垄断，且货源充足，但该供应商并未设置垄断高价，而采用阶梯定价法，单批采购量越高能获得的采购单价相对越低。商品采购价如下：

平板电脑	采购量 1-100个 3000元/个	采购量 101-200个 2990元/个	采购量 201-300个 2980元/个
	采购量 301-400个 2970元/个	采购量 401-500个 2960元/个	采购量 500个以上 2950元/个
笔记本电脑	采购量 1-100个 6000元/个	采购量 101-200个 5990元/个	采购量 201-300个 5980元/个
	采购量 301-400个 5970元/个	采购量 401-500个 5960元/个	采购量 500个以上 5950元/个
数码摄像头	采购量 1-1000个 200元/个	采购量 1001-2000个 195元/个	采购量 2001-3000个 190元/个
	采购量 3001-4000个 185元/个	采购量 4001-5000个 180元/个	采购量 5000个以上 175元/个
网络播放器	采购量 1-1000个 600元/个	采购量 1001-2000个 595元/个	采购量 2001-3000个 590元/个
	采购量 3001-4000个 585元/个	采购量 4001-5000个 580元/个	采购量 5000个以上 575元/个

市场上所有移动商务企业面对同一消费市场，通过经营争夺订单。同一商品，经营企业越多，相对竞争越激烈，能获得的市场份额可能越少，所以选择正确的商品细分市场很重要。

4) 同行交易

在实际经营过程中，各企业的商品库存量和订单需求量往往无法做到完全匹配，库存积压或缺货现象时有发生。同行交易市场，为各企业提供了一个除消费市场以外的第二交易市场，将已有库存能满足的订单处理完成后，库存仍剩余的企业可向缺货企业进行商品转售，进而缺货企业可以用补来的货继续完成订单发货。



最后，希望您的公司在经历完各期运营后，能够成为本行业的佼佼者！

5) 任务测试

请根据测试题所给商品明细表中的商品及市场与竞争分析进行合理选品和商品的采购数量。分别利用APP、微信、微博、微淘及微场景等营销工具进行推广运营。（注：技能考核时，表格中实际商品名称、规格及数量可能根据市场供给情况有个别调整，以考核时提供为准）

6) 要求

您与您的团队经营一家以移动端电商业务为核心的公司，在公司经营之初，你们将拥有一笔200万元的启动资金，用以组建各自的虚拟公司。虚拟公司由无线运营中心、移动开发部、无线店铺运营部、市场营销部、人力资源部、财务部六大部门构成，其中无线运营中心为公司战略指导单位。虚拟公司将经历1

个经营周期，分解决策任务，这些任务涉及信息研究、研发、采购、营销、客户服务、物流配送、财务管理等企业经营的各个环节。每个团队内部，可以分角色扮演，承担不同部门的业务操作，但仍需要互相讨论分析每一步决策任务，并形成最后一致认为最优的决策意见输入对应业务后台。最后运营结束后系统自动生成经营成绩和企业排名。

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网，

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，HyperSnap6.0 截图工具软件、谷歌浏览器

场地：详见服务器平台（地址：<http://10.0.62.99/allpassmbeo>）

(3) 考核时量

本试题测试要求 90 分钟完成

(4) 评分标准

见试题评分卡(试题 H3-30)

试题评分卡(试题 H3-30)

评价内容		配分	评分细则	考核得分
职业素养 (10 分)		10分	注重工作场所的 6S 管理, 遵守操作规程、操作纪律。记 4分/7分/10分	
工作任务 (90 分)	无线运营中心	5分	业务定位, 完成无线店铺, 独立APP, 微商城开发 2分 无线选品, 选择2件商品, 预计销量设置与市场基本符合 3分	
	移动开发	20分	移动应用规划, 选择合理的开发模式, 选择操作系统, 开发预算与实际开发费用基本符合。且完成微信开发规划 2分 应用开发: 上传轮播图6张, 图片包含背景和产品; 设置标签3 个且与产品相关; 设置底部导航至少2个且符合用户使用习惯; 完成子功能选择10个且包含每个分类; 完成APP名称, 图标, 启动图, 引导图, 版本号 9分 微信二次开发, 设置公众号名称, 与产品相关; 设置自定义导航, 一级菜单3个且至少有1个二级菜单, 用户体验好便于阅读和选择; 完成多图文回复至少包含2个图文素材, 完成推送 9分	
	无线店铺	20分	完成店铺名称, 店铺logo, 店铺简介(20字以上通顺简洁)的设置; 支付设置至少包含支付宝, 银联, 百度钱包; 物流设置选择顺丰 5 分 店铺装修, 与模板要求模块相符, 图片包含背景和产品无变形, 产品真实上架 10分 完成商品采购, 预算基本相符; 完成商品管理, 标题包含关键词, 价格设置合理不能超过市场均价2倍 5分	
	移动营销基础设置	5分	完成应用市场, 微信订阅号, 企业微博, 企业微淘信息设置; 各营销渠道预算合理	
	APP营销	10分	完成账户充值, 应用上传 2 分 建立推广计划, 广告名称清晰易懂, 投放展示广告, 文案至少 20字构思新颖能吸引用户下载, 主题紧扣推广目标, 出价合理 8 分	
	微信营销	10分	完成微信认证, 个性签名, 功能介绍, 简单, 好记, 易理解 2分 建立推广计划, 图片清晰包含产品, 文案至少20字构思能吸引用户点击, 出价合理 8 分	
	微博营销	5分	账户充值, 建立推广计划, 文案至少20字, 简明扼要, 有新意, 目标用户选择针对性强	
	微淘营销	10分	发广播, 商品, 活动3种类型微淘, 图片清晰无变形包含产品, 文案至少20字, 其中活动类型微淘必须设置优惠券	
	场景营销	5分	生成推广二维码 2分 设置H5, 行业选择正确 3分	
合计		100分		

试题评阅人签名_____